

**TURISMO RURAL NA AGRICULTURA FAMILIAR: UMA
ABORDAGEM GEOGRÁFICA DO CIRCUITO ITALIANO DE
TURISMO RURAL (CITUR), MUNICÍPIO DE COLOMBO - PR**

FLORIANÓPOLIS – SC

Luciano Zanetti Pessoa Candiottto

**TURISMO RURAL NA AGRICULTURA FAMILIAR: UMA
ABORDAGEM GEOGRÁFICA DO CIRCUITO ITALIANO DE
TURISMO RURAL (CITUR), MUNICÍPIO DE COLOMBO - PR**

Tese apresentada ao Programa de Pós-graduação
em Geografia da Universidade Federal de Santa
Catarina, como requisito à obtenção do título de
Doutor em Geografia.

Área de Concentração: Desenvolvimento Regional e
Urbano.

Orientadora: Profa. Dra. Walquíria Kruger Corrêa
(UFSC).

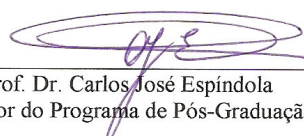
Florianópolis

2007


**“Turismo Rural na Agricultura Familiar: Uma Abordagem
Geográfica do Circuito Italiano de Turismo Rural (CITUR), Município
de Colombo - PR.”**

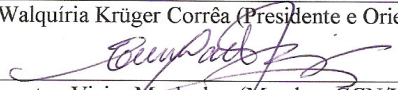
Luciano Zanetti Pessoa Candiottto

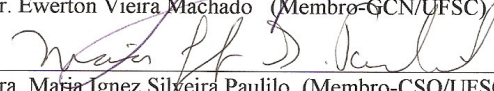
Tese submetida ao Curso de Doutorado em Geografia, área de concentração, Desenvolvimento Regional e Urbano, do Programa de Pós-Graduação em Geografia do Centro de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal de Santa Catarina, em cumprimento aos requisitos necessários à obtenção do grau acadêmico de Doutor em Geografia.

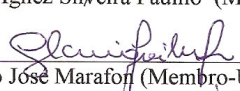

Prof. Dr. Carlos José Espíndola
Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Geografia

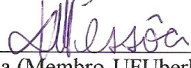
APROVADO PELA COMISSÃO EXAMINADORA EM: 23/11/2007


Dra. Walquíria Krüger Corrêa (Presidente e Orientadora-GCN/UFSC)


Dr. Ewerton Vieira Machado (Membro-GCN/UFSC)


Dra. Maria Ignez Silveira Paulilo (Membro-CSO/UFSC)


Dr. Glaucio José Marafon (Membro-UFERJ)


Dra. Vera Lucia Salazar Pessoa (Membro-UFUberlândia)

Florianópolis - 2007

C217t Candiotto, Luciano Zanetti Pessôa.
Turismo rural na agricultura: uma abordagem geográfica do circuito italiano de turismo rural (CITUR), Município de Colombo - PR. / Luciano Zanetti Pessôa Candiotto. – Florianópolis, 2007.
397 p.

Orientadora: Profa. Dra. Walquíria Kruger Corrêa

Tese (Doutorado) – Universidade Federal de Santa Catarina, 2007.

1. Turismo rural – Colombo - Paraná. 2. Agricultura Familiar. 3. Circuito Italiano de Turismo Rural – Colombo - Paraná. I. Universidade Federal de Santa Catarina. II. Título.

CDD – 333.7098162

Dedico este trabalho à Beatriz e Luca.

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, agradecemos ao Programa de Pós-graduação em Geografia da Universidade Federal de Santa Catarina, pela oportunidade de inserção no curso de Doutorado em Geografia e a todo o apoio dado.

Agradecemos a CAPES (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior) pela bolsa concedida via PICDT (Programa Institucional de Capacitação Docente e Técnica) à UNIOESTE (Universidade Estadual do Oeste do Paraná).

Agradecemos também à UNIOESTE pelo apoio dado à nossa capacitação, por meio dos afastamentos concedidos e da bolsa ofertada. Destacamos no contexto da UNIOESTE, a funcionária da Pró-reitoria de Pesquisa e Pós-graduação, Sônia Lemanski.

À professora e orientadora Walquíria K. Corrêa, nossos mais sinceros agradecimentos por toda sua dedicação nesses anos de orientação, e por todo apoio pessoal e profissional nessa caminhada.

Aos professores da banca examinadora, Dr^a. Vera L. S. Pessoa, da Universidade Federal de Uberlândia; Dra. Maria Inês Paulilo, da Universidade Federal de Santa Catarina; Dr. Gláucio J. Marafon, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro; e Dr. Ewerton V. Machado, da Universidade Federal de Santa Catarina, por aceitar o convite e pelas observações e sugestões de melhorias no que diz respeito à pesquisa e à tese.

Às professoras Vera L. S. Pessoa e Beatriz R. Soares pelo incentivo e conhecimentos dados no início de minha carreira acadêmica.

Aos professores Leila C. Dias, Nazareno J. de Campos, Walquíria K. Corrêa e Maria Laura Silveira, ministrantes das disciplinas que realizamos no Programa de Pós-graduação em Geografia da UFSC.

Aos colegas do Programa de Pós-graduação em Geografia da UFSC, sobretudo à Edu Albuquerque, João Claudino Tavares, Miguel Muller (*in memorian*), Leonel Brizolla e

Emerson Gomes, que compartilharam conosco dúvidas, alegrias, obstáculos e, principalmente o prazer de se fazer uma pesquisa científica.

À funcionária Marli, da secretaria da Pós-graduação em Geografia da UFSC, que nos auxiliou em vários procedimentos.

Aos empreendedores do Circuito Italiano de Turismo Rural (CITUR), que nos receberam e colaboraram com as informações empíricas, fundamentais para o desenvolvimento da pesquisa. Destacamos entre estes, os oito agricultores familiares identificados e suas famílias.

Aos funcionários da Prefeitura Municipal de Colombo (Ângela Mottin, Michele Mocelin e Denise Guimarães) pela recepção, liberação de dados e informações, e pelo tempo despendido nas entrevistas.

Aos companheiros do GETERR (Grupo de Estudos Territoriais) da UNIOESTE, que contribuíram para a realização deste trabalho a partir dos debates programados e em conversas informais.

A Beatriz R. Carrijo, que me incentivou durante todo o período da pesquisa e por sua paciência nos momentos difíceis dessa trajetória.

À Luca Carrijo Candioto, por dar um novo sentido à minha vida e por me fazer pai.

A minha família que sempre me apoiou em minha trajetória pessoal e profissional, sobretudo aos meus avós Rosa e Avelino (*in memorian*), à minha mãe Marina, e ao meu irmão e futuro geógrafo Bruno Z. P. Candioto pelo apoio logístico.

A todos os outros que de maneira direta ou indireta contribuíram para a realização e conclusão da desta pesquisa, os meus sinceros agradecimentos.

LISTA DE FIGURAS

Mapa 1 - Localização dos municípios da Região Metropolitana de Curitiba, com destaque para Colombo	111
Mapa 2 - Anel de turismo da RMC	130
Mapa 3 - Mapa temático do CITUR	247
Foto 1 - Igreja Matriz de Colombo – PR	138
Foto 2 - Principal rua da cidade de Colombo – PR	138
Foto 3a - Parreiral da UPVF de Dirceu Cavalli	139
Foto 3b - Paisagem rural da comunidade Campestre	139
Esquema 1 - Hierarquia do Turismo no Espaço Rural	199
Foto 4 - Entrada da gruta de bacaetava	248
Foto 5 - Igreja de Bacaetava	250
Foto 6 - Placa principal do CITUR	251
Foto 7 - Dona Líbera na vinícola com as pipas de madeira	259
Foto 8 - Moinho artesanal recentemente reformado, com o proprietário Pedro e seu neto	281
Foto 9 - Placa do CITUR deteriorada	324
Foto 10 - Casa de José Seccon e um de seus filhos	351
Foto 11 - Casa de Dirceu Cavalli, recentemente reformada.....	354
Foto 12a - Vinícola Franco-italiano em 2004, com pipas de madeira.....	357
Foto 12b - Vinícola Franco-italiano em 2007, com pipas de aço inox.....	357
Foto13 - Nova vinícola em construção com espaço para armazenamento das garrafas.....	357
Foto 14 - Casa da família Dirceu Camargo e nova vinícola	358
Foto 15 - Edemar e sua lavoura usada como colhe-pague.....	361
Foto 16 - Pesque-pague e parque aquático Sítio das Palmeiras	363

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Evolução populacional em Curitiba (1920-2000)	114
Gráfico 2- População da RMC (1980-2000)	115
Gráfico 3 - População de Colombo (1970-2000)	135
Gráfico 4 - Município de procedência dos empreendedores do CITUR	344
Gráfico 5 - Município de residência dos empreendedores do CITUR	344
Gráfico 6 - Ano de entrada dos empreendedores no CITUR	345
Gráfico 7 - Tipos de empreendimentos do CITUR	347
Gráfico 8 - Perfil dos empreendedores do CITUR	349

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Períodos que marcam rupturas no meio geográfico e suas características	44
Quadro 2 - Impactos do turismo	166
Quadro 3 - Diretrizes do PNTRAF 2004	235
Quadro 4 - Características selecionadas para identificar os agricultores familiares do CITUR	249
Quadro 5 - Síntese dos empreendimentos do circuito italiano de turismo rural ...	293
Quadro 6 - Entidades representantes do Conselho Municipal de Turismo de Colombo	307
Quadro 7 - Representantes do CMT em 2003	309
Quadro 8 - Entidades representantes do CMT em 2005	312
Quadro 9 - Representantes do CMT em 2005	313
Quadro 10 - Síntese dos indicadores de autonomia entre os agricultores familiares do CITUR	366

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - População da Região Metropolitana de Curitiba (1980-2000)	115
Tabela 2 - Uso do solo em Colombo e na RMC (em hectares)	133
Tabela 3 - Percentual dos principais produtos olerícolas de Colombo	133
Tabela 4 - Número de habitantes de Colombo (1970-2000)	135
Tabela 5 - Distribuição da população de Colombo por setor	137

LISTA DE BOXES

BOX 1 - Multifuncionalidade	105
BOX 2 - Circuitos Turísticos do Anel de Turismo da RMC	129
BOX 3 - Metodologia para classificação urbano/rural (SCHNEIDER e BLUME, 2005).....	140

LISTA DE ANEXOS

Anexo 1 - Roteiro de entrevista com empreendedores (2004)
Anexo 2 - Roteiro complementar para os possíveis agricultores familiares (2004)
Anexo 3 - Roteiro individualizado de entrevistas com os agricultores familiares do CITUR (2005)
Anexo 4 - Roteiro de entrevistas com empreendedores (2007)
Anexo 5 - Roteiro complementar para os agricultores familiares (2007)
Anexo 6 – Roteiro de entrevistas com a população local
Anexo 7 - Roteiro de entrevistas com visitantes
Anexo 8 - Instituições participantes das diretrizes para o desenvolvimento do turismo rural no Brasil, 2003.
Anexo 9 - Lei Estadual n. 15.143/2006, que especifica as atividades de “Turismo Rural na Agricultura Familiar” no Paraná.
Anexo 10 - Planejamento da Secretaria Municipal de Turismo para o CITUR em 2007.
Anexo 11 - Relação dos sócios da ECITUR em 2007

LISTA DE SIGLAS

APAC - Associação dos Produtores Agrícolas de Colombo
BID – Banco Interamericano de Desenvolvimento
BIRD – Banco Mundial
CEASA – Central de Abastecimento do Paraná S.A.
CEPA - Centro de Socioeconomia e Planejamento Agrícola - SC
CITUR – Circuito Italiano de Turismo Rural
CMT – Conselho Municipal de Turismo (Colombo)
COMEC - Coordenação da Região Metropolitana de Curitiba
CONTAG - Confederação Nacional dos Trabalhadores da Agricultura
ECITUR - Associação dos Empreendedores do CITUR
ECOPARANÁ - Serviço Social Autônomo Ecoparaná
EMATER - Empresa Paranaense de Assistência Técnica e Extensão Rural
EMBRATUR – Instituto Brasileiro de Turismo
EU – União Européia

FAO - Food And Agriculture Organization / Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura

FMI – Fundo Monetário Internacional

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IICA - Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura

INCRA – Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária

IPARDES - Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social

LEADER - Liaison entre Actions de Développement de l'Économie Rurale

MTUR – Ministério do Turismo

MDA – Ministério de Desenvolvimento Agrário

OMC - Organização Mundial do Comércio

OMT – Organização Mundial do Turismo

ONU – Organização das Nações Unidas

PAC – Política Agrícola Comum

PDI - Plano de Desenvolvimento Integrado

PNMT – Plano Nacional de Municipalização do Turismo

PNT – Política Nacional de Turismo

PNTRAF - Programa Nacional de Turismo Rural na Agricultura Familiar

PRODER - Programa de Diversificação da Economia Rural

PRONAF - Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar

PROSAM - Programa de Saneamento Ambiental da RMC

RMC - Região Metropolitana de Curitiba

SAF – Secretaria de Agricultura Familiar

SDT – Secretaria de Desenvolvimento Territorial

SEBRAE - Serviço de Apoio a Pequena e Micro Empresa

SEMAA - Secretaria Municipal do Meio Ambiente e Agricultura de Colombo-PR

SENAC - Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial

SENAR – Serviço Nacional de Aprendizagem Rural

SESC – Serviço Social do Comércio

SETU – Secretaria de Estado do Turismo (PR)

SETUR - Secretaria Municipal de Turismo de Colombo-PR

TRAF - Turismo Rural na Agricultura Familiar

UICN – União Internacional de Conservação da Natureza

UNEP – Programa de Educação Ambiental das Nações Unidas (ONU)

UNESCO – Organização Educacional, Científica e Cultural das Nações Unidas

UPVF – Unidade de Produção de Vida Familiar

WCS – World Conservation Strategy / Estratégia de Conservação Mundial

WWF – World Wildlife Foundation

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	01
CAPÍTULO I. A Geografia e o pensamento de Milton Santos como fundamentos de uma reflexão sobre o Circuito Italiano de Turismo Rural em Colombo (PR), o espaço rural e a agricultura familiar	17
1. A importância da relação espaço-tempo para a teoria social crítica	19
2. A contribuição de Milton Santos para a teoria social crítica através da Geografia	22
2.1. Globalização e Lugar	23
2.1.1. Globalização	24
2.1.1.1. Mercado global e neoliberalismo	29
2.1.1.2. Mercadoria, consumo e mídia	32
2.1.2. A relevância do lugar para apreender a totalidade	35
2.2. Verticalidades e Horizontalidades	38
2.3. A Técnica	41
2.3.1. O meio técnico-científico-informacional	43
2.3.2. Tecnosfera e Psicosfera	46
2.4. O espaço: objetos e ações	48
2.5. Intencionalidades	52
2.6. Território e Territorialidade	53
2.7. O tempo na Geografia	58
2.8. Evento e situação	61
2.9. Periodização	64
2.10. Aplicando os conceitos de evento, periodização e situação para o recorte da pesquisa	66
3. O rural contemporâneo	68
3.1. Interpretações sobre a relação cidade-campo	69
3.2. <i>A tecnicização do rural</i>	79
3.3. Ruralidades, urbanidades e a revalorização do rural	82
4. Agricultura familiar	89
4.1. Agricultura familiar no Brasil.....	89
4.2. Agricultura familiar e o fenômeno da pluriatividade	94
4.2.1. Aspectos teórico-conceituais da pluriatividade	96
4.2.2. Posições acerca da pluriatividade	100
4.3. Pressupostos teórico-metodológicos para apreender a agricultura familiar	106
CAPÍTULO II. A REGIÃO METROPOLITANA DE CURITIBA E O MUNICÍPIO DE COLOMBO: a situação que conduziu à materialização do evento	110
1. A Região Metropolitana de Curitiba	110
2. Ocupação da RMC	112
3. Atividades econômicas exploradas no espaço rural da RMC	115
4. Impactos ambientais na RMC	118
5. O papel da COMEC no ordenamento da RMC: alternativas para o espaço rural?	121
6. O anel de turismo na RMC	124
7. O município de Colombo: caracterização geográfica	131
CAPÍTULO III. A ORIGEM DO EVENTO: o turismo rural como vetor de desenvolvimento sustentável	142
1. O Turismo na contemporaneidade	142
1.1. Ponderações sobre o lazer e o turismo	143
1.2. A dimensão espacial do turismo	153
1.2.1. Turismo e paisagem	155
1.2.2. Turismo e lugar	156

1.2.3. Turismo e território	158
1.3. Do turismo de massa ao turismo alternativo	163
1.3.1. Turismo de Massa	163
1.3.2. Turismo Alternativo	166
1.3.3. Desenvolvimento local	168
1.3.4. Turismo de base local	171
1.4. Ambientalismo e desenvolvimento sustentável	174
1.5. Turismo “sustentável”	182
1.5.1. Posições em torno do turismo sustentável	185
1.6. O turismo rural como modalidade alternativa/sustentável	190
2. Turismo Rural	192
2.1. Histórico	192
2.2. A questão conceitual do turismo rural	194
2.3. O incentivo ao turismo no espaço rural e ao turismo rural na agricultura familiar	204
2.4. Implicações socioespaciais do turismo rural e do turismo rural na agricultura familiar	207
2.5. Turismo rural no Brasil sob o viés da sustentabilidade	220
2.5.1. Políticas públicas para o turismo rural no Brasil	226
2.5.2. O Programa Nacional de Turismo Rural na Agricultura Familiar	231
2.5.3. Políticas públicas de Turismo Rural no Paraná e o turismo rural	239
2.5.4. Turismo rural e agricultura familiar no Paraná	241
CAPÍTULO IV. A REALIZAÇÃO DO EVENTO: O Circuito Italiano de Turismo Rural, Colombo (PR)	244
1. Gênese do Circuito Italiano de Turismo Rural (CITUR)	244
2. Caracterização do CITUR	246
3. Atrativos e empreendimentos do CITUR	248
3.1. Atrativos turísticos do CITUR	249
3.2. Empreendimentos do CITUR	252
3.2.1. Vinícolas	252
3.2.2. Chácaras com produção orgânica	263
3.2.3. Pesque-pagues	270
3.2.4. Outras Chácaras	276
3.2.5. Gastronomia	282
3.2.6. Comércio de Mudanças e Plantas	286
3.2.7. Hospedagem (pousadas e hotéis)	288
4. Desenvolvimento do CITUR e resultados	298
4.1. A Associação dos Empreendedores do CITUR (ECITUR)	319
4.2. Impressões sobre o CMT e sua gestão	321
5. Avaliação do CITUR pelos empreendedores	324
6. Verticalidades, horizontalidades e intencionalidades na gênese e desenvolvimento do CITUR	332
7. Ruralidades e urbanidades no CITUR	343
8. Mudanças e permanências nas UPVF's do CITUR	350
9. Implicações socioespaciais do CITUR no município de Colombo	367
10. O CITUR como território turístico	370
CONSIDERAÇÕES FINAIS	371
REFERÊNCIAS	381
ANEXOS	

RESUMO

No contexto da globalização, o turismo é uma atividade econômica de suma importância, que ao comercializar paisagens e lugares, se manifesta também como um fenômeno que produz diversas implicações socioespaciais (culturais, ambientais, políticas, etc.). Considerando o debate acadêmico em torno de novas modalidades de turismo e da idéia de um turismo sustentável, procuramos nesse trabalho, discorrer sobre o turismo rural, e especificamente, sobre o turismo rural na agricultura familiar (TRAF). Partindo de uma abordagem geográfica e do debate contemporâneo em torno do turismo rural na agricultura familiar, analisamos o processo de implantação e de desenvolvimento do *Circuito Italiano de Turismo Rural (CITUR)* no município de Colombo, localizado na Região Metropolitana de Curitiba-PR, identificando seus empreendedores, e dando ênfase nas implicações do turismo nos agricultores familiares que se inseriram diretamente no CITUR. Com base na apreensão da experiência empírica do Circuito Italiano de Turismo Rural (CITUR) estabelecemos uma relação com o debate teórico, no sentido de contrastar a retórica presente na exacerbação do turismo como vetor de desenvolvimento sustentável, com as implicações do turismo rural na agricultura familiar. Utilizando a proposta teórico-metodológica de Milton Santos (1996), procuramos, a partir do *lugar*, apreender a influência de fenômenos de outras escalas geográficas até a *global*. Para tanto, aplicamos alguns conceitos trabalhados por Santos – como *evento*, *situação* e *periodização* para a delimitação do objeto de pesquisa; e *verticalidades*, *horizontalidades* e *intencionalidades*, entre outros, no estudo empírico. Na análise empírica do CITUR, percebemos que a maior parte da oferta de lazer e turismo já existia antes da criação do Circuito, porém não se encontrava organizada como um produto turístico. Com a criação do CITUR em 1999, o Estado passa a atuar no planejamento e na gestão do Circuito, e traz consigo, novos atores sociais com *intencionalidades* distintas, e com *verticalidades* que passam a influenciar as *horizontalidades* e o *espaço banal*. Dos 30 empreendimentos existentes no CITUR, constatamos que 8 são de propriedade de agricultores familiares e administrados por eles. Apesar da ênfase nos agricultores familiares como maiores beneficiários do CITUR, verificamos que os empreendedores com maiores benefícios e lucros, são aqueles provenientes de Curitiba, e que não possuem identidade de agricultor. Tais atores exógenos ao lugar disseminam objetos, ações e valores verticais, que se chocam e acabam coexistindo com os objetos, as ações e os valores horizontais. Nesse jogo de ações e intencionalidades, surge uma diversidade de situações, que, por um lado, levam os agricultores familiares a se adaptarem às exigências dos órgãos gestores do CITUR e a incorporarem uma racionalidade econômica global, mas por outro, permitem a estes, fazer valer suas estratégias e posições em torno da gestão do empreendimento, da unidade de produção e vida familiar (UPVF), bem como do próprio CITUR.

Palavras-chave: Turismo Rural. Agricultura Familiar. Circuito Italiano de Turismo Rural.

ABSTRACT

In the context of globalization tourism is an important economic activity in the world that commercializes landscapes and places, and is a phenomenon that produces several social and spatial implications (cultural, environmental, political, etc.). Considering the academic debate around new modalities of tourism and the idea of a sustainable tourism we sought to discuss about Rural Tourism and specifically about Rural Tourism in Family Agriculture (TRAF). Starting from a geographical approach and the contemporary debate around the rural tourism in family farms, we analyzed the creation process and development of “Circuito Italiano de Turismo Rural (CITUR)” in the municipal district of Colombo, located in the Metropolitan Region of Curitiba - Paraná, identifying entrepreneurs and giving emphasis in the implications of tourism in family farmers that are involved directly in CITUR. With base in apprehension of the empiric experience about “Circuito Italiano de Turismo Rural (CITUR)”, we established a relationship with theoretical issues trying to contrast the present rhetoric in the exacerbation of tourism as a sustainable development's vector with implications of rural tourism in family agriculture. Using Milton Santos theoretical-methodological proposal (1996), we sought from the *place*, to apprehend the influence of another geographical scales until the *global*. Thus, we applied some concepts worked by Santos - as *event*, *situation* and *periodization* to define research's object and *verticalities*, *horizontalities* and *intentionalities*, etc. in empiric research. In the empiric analysis of CITUR, we noticed that most of the leisure and tourism offer has already existed before the Circuit's creation however it wasn't organized as a tourist product. With CITUR's creation in 1999 Paraná's starts to act in the Circuit's planning and management, bringing new social actors with different intentionalities and with verticalities that start to influence the horizontalities and the banal space. From 30 existent enterprises in CITUR we verified that 8 are of family farmers' property and administered by them. In spite of emphasis in family farmers as the greatest beneficiaries of CITUR we noticed that the entrepreneurs with larger benefits and profits are those coming from Curitiba and that don't possess farmer's identity. Such exogenous actors disseminate objects, actions and vertical values that collide but coexist with the objects, the actions and the horizontal values. In that game of actions and intentionalities, a diversity of situations appears that, on one side, conduce family farmers to adapt to the CITUR's organs managers' rules and incorporate a global economic rationality but for another, allow to these, execute its strategies and positions around the management of the enterprise the unit of production and family life (UPVF), as well as the own CITUR.

Keywords: Rural Tourism. Family Agriculture. Italian Circuit of Rural Tourism.

Introdução

O turismo é uma atividade que se expandiu vertiginosamente a partir da década de 1950, em virtude dos avanços técnicos – sobretudo nos transportes e nas comunicações –, bem como das conquistas trabalhistas que ampliaram o poder de consumo e o tempo livre para a classe trabalhadora.

Becker (1996) indica que o turismo, a partir do final do século XIX, tornou-se gradativamente um novo produto de acumulação de capital, capaz de [transformar e] produzir espaços. Foi, porém, em meados do século XX que o turismo se expandiu de forma significativa, em função da política do *welfare state*, da regulação do trabalho, do acesso a férias, da aposentadoria, dos transportes, e, portanto, da consolidação do consumo em massa pela sociedade. Ouriques (2005) também relaciona o turismo contemporâneo ao acelerado crescimento econômico do pós-guerra, responsável pela melhoria do padrão de vida dos trabalhadores, criação de uma *civilização do automóvel*, redução do tempo de trabalho e consolidação de uma *indústria do lazer*.

Por conseguinte, o lazer e o turismo tornaram-se atividades econômicas lucrativas e com efeitos multiplicadores¹, de modo que a criação e a organização de destinações turísticas passaram a ser incentivadas e efetivadas em diversos países, contribuindo para a afirmação do processo de globalização. Podemos dizer que o turismo se constitui em um pilar da globalização², pois o aumento das destinações turísticas e o fortalecimento do *trade*³ turístico contribuíram para a cristalização da globalização no imaginário da sociedade. Ao mesmo tempo, o turismo foi beneficiado pelo processo de globalização da economia e das técnicas, responsáveis pelo rápido crescimento das viagens no mundo, e, conseqüentemente, pela significativa receita proveniente do turismo.

A maior rapidez das informações através das redes de comunicação por satélites; a popularização do computador, da internet e de outros instrumentos tecnológicos; a ascensão do poder das corporações transnacionais em detrimento da soberania dos Estados nacionais; além da volatilidade e da virtualidade do capital financeiro frente ao capital industrial, são eventos responsáveis por transformações no modo de produção, circulação e comercialização de mercadorias, com conseqüências na economia mundial, nos ecossistemas e na cultura das mais variadas etnias do mundo. Tais mudanças se refletem no espaço geográfico de forma heterogênea e distinta, porém os agentes e as

¹ O turismo envolve diversos setores da economia, como a construção civil, transportes aéreos, terrestres e hidroviários, infra-estrutura viária, energética, sanitária e de comunicações, rede hoteleira e gastronômica, entretenimento, entre outras técnicas, que vêm dinamizando diversas economias capitalistas.

² O capital financeiro; as bolsas de valores; o mercado global; a mídia, sobretudo a internet e a TV a cabo; o transporte aéreo; e a própria ideologia neoliberal, seriam exemplos de outros pilares da globalização, pois contribuem para reduzir o tempo de deslocamento de pessoas, mercadorias e informações, bem como para cristalizar a idéia de um mundo integrado e interdependente.

³ Conjunto de agentes, operadores, hoteleiros, transportadores e prestadores de serviços turísticos (Univali, 2000).

ações responsáveis pela produção do espaço na escala global são relativamente homogêneos, ou seja, compostos pelos atores hegemônicos do sistema capitalista.

De maneira geral, estamos presenciando o poder das empresas, conglomerados e corporações de capital transnacional, nos países centrais, bem como nos periféricos, seja na indústria, agricultura, comércio ou serviços. Um exemplo dessa apropriação espacial da periferia pelo centro se dá nas paisagens exóticas e de interesse para a atividade turística, mediante uma série de investimentos em infra-estrutura, e novos equipamentos e serviços turísticos (geralmente padronizados), como os *resorts*, hotéis, restaurantes, operadoras, empresas aéreas, etc. Nesse sentido, o turismo se insere como mais um elemento que contribui para a apropriação do espaço pelos agentes hegemônicos do capitalismo globalizado, de modo que muitos símbolos do turismo são símbolos do poder do capitalismo.⁴

Apesar da grande ênfase que se atribui ao turismo como atividade que gera riqueza, o retorno econômico decorrente do turismo é relativo e deve ser questionado, pois é comum a má distribuição dos lucros e dos benefícios advindos dessa atividade, lucros e benefícios geralmente centralizados nos empresários com maior poder de investimento, muitas vezes provenientes de fora dos lugares que se tornam destinações turísticas. Outro elemento de destaque reside nos baixos salários pagos pelo setor do turismo aos seus empregados, enquanto a maior parte dos lucros fica com os investidores e empresários.

Além das implicações econômicas, o turismo também carrega consigo diversas transformações socioespaciais de ordem sociocultural, política e ambiental. O turismo não é, portanto, responsável somente pelo intercâmbio econômico e geração de divisas, mas principalmente pela produção e pelo consumo do espaço geográfico, envolvendo aspectos como a transformação de paisagens, de ecossistemas e de manifestações culturais em mercadoria; e também é responsável pelo estabelecimento de novas relações sociais, levando a mudanças nos territórios e nas territorialidades.

Outro fator preponderante do turismo reside no debate sobre globalização/fragmentação e sobre padronização/singularidades. As destinações turísticas, apesar de possuírem atrativos diferenciados, costumam ser padronizadas pelo *trade* turístico, em relação à infra-estrutura, equipamentos e serviços turísticos. Os turistas buscam, porém, paisagens singulares que lhes proporcionem “novas” experiências, de modo que os atrativos turísticos têm que ser preservados, pois se constituem no principal elemento de motivação dos turistas. Assim, cria-se uma contradição entre os atrativos do lugar (que podem ser singulares e até únicos) e a organização do *trade* para viabilizar o turismo nesses lugares e atrair turistas de todo o

⁴ Como exemplos, podemos citar a Disneylândia, empresas aéreas (American Airlines, Ibéria, Fly Emirates, etc.), redes de hotéis (Hilton, Sheraton, Meliá, etc.), o World Trade Center e o Empire State Building.

mundo (fato que contribui para a padronização da infra-estrutura e dos serviços turísticos, e pode afetar os próprios atrativos).

A mobilidade populacional e a alta receita gerada pela atividade turística, juntamente com as transformações e os impactos socioespaciais ocorridos nas destinações turísticas, despertaram o interesse pela realização de pesquisas relacionadas ao turismo nas mais diversas áreas do conhecimento. Além dos turismólogos, que têm a função de planejar, produzir e promover o turismo, profissionais de outras disciplinas passaram a considerar o turismo e seus reflexos em suas pesquisas, como sociólogos, administradores, economistas, biólogos, geógrafos, antropólogos, pedagogos, etc.

Considerando o turismo como atividade econômica responsável por uma grande circulação de pessoas, mercadorias e dinheiro, que comercializa paisagens e lugares em todo mundo, e, por conseguinte, produz e transforma territórios e o próprio espaço geográfico, vários geógrafos vêm debruçando-se sobre o estudo da relação entre Geografia e Turismo, através de abordagens teórico-metodológicas provenientes das ciências humanas e da apreensão das implicações do turismo na organização espacial.

Adyr B. Rodrigues (2001) defende a interdisciplinaridade nas abordagens sobre o turismo, e destaca o papel da Geografia no contexto, pelo fato de esta lidar com a dualidade sociedade X natureza⁵. Luchiari (2002) sugere aos geógrafos analisar o turismo para além de sua dimensão econômica, procurando apreender como o turismo modifica o território, a territorialidade e, conseqüentemente, o espaço geográfico.

Rodrigues (2001) ainda destaca os núcleos receptores como o local onde se produz o espaço turístico. A produção do espaço nas destinações turísticas seria, portanto, o objeto de interesse dos geógrafos dedicados ao turismo.

Apesar de o espaço turístico não ser produzido apenas localmente, pois existem influências de normas, objetos e ações de outras escalas espaciais em qualquer destinação turística, concordamos que os núcleos receptores se apresentam como um lugar de interesse para abordagens geográficas em torno do turismo.

Como os geógrafos se detêm no estudo das complexas relações entre sociedade e natureza, o enfoque geográfico no turismo amplia-se a partir da década de 1990, em virtude do crescimento de pesquisas e de constatações em torno das conseqüências negativas do turismo nas áreas do litoral brasileiro, e da ebulição do debate sobre o grande potencial turístico do Brasil. Como já apontado por Coriolano (1989), por Rodrigues (1997b) e por outros autores brasileiros e estrangeiros, o turismo, apesar de ser uma importante fonte de divisas em diversas localidades, apresenta conseqüências sociais e ambientais geralmente maléficas para as comunidades residentes nas áreas

⁵ Sabemos que a Geografia pode contribuir para compreender as implicações do turismo, porém discordamos da visão de dualidade entre sociedade e natureza. Preferimos afirmar que sociedade e natureza são entidades dialéticas, e, portanto, interdependentes.

receptoras, sobretudo as mais carentes. Essas consequências, também chamadas de impactos, modificam a dinâmica socioespacial e, portanto, são passíveis de análises geográficas.

Levando em consideração que o fenômeno do turismo é agente de produção/transformação e consumo do espaço, entendemos ser pertinente a crescente preocupação da Geografia com tal questão. As pesquisas sobre a relação entre Geografia e Turismo mostram-se bem variadas, porém há um enfoque maior para os estudos de caracterização, diagnóstico e análise dos impactos socioambientais e das implicações espaciais em áreas com desenvolvimento efetivo e potencial do turismo.

De maneira geral, o interesse dos geógrafos em analisar o turismo ocorre, sobretudo, por dois fatores: primeiro, porque o turismo se expande significativamente no mundo, apresentando-se como uma atividade que gera renda (para poucos), altera significativamente a paisagem, os territórios e o espaço geográfico, e tem como principal matéria-prima os elementos da natureza (praias, rios, florestas, desertos, montanhas, *canyons*, entre outros); segundo, pela popularização da idéia de que o turismo seria uma atividade vinculada ao desenvolvimento sustentável, e que deveria ser incentivado no Brasil, em virtude do amplo potencial de paisagens e ecossistemas existente.

Permeando esses dois fatores, destaca-se o papel do incentivo ao turismo para a expansão do capitalismo. Na década de 1950, a nova fronteira de expansão do turismo ocorreu nas áreas litorâneas, com predomínio do modelo *sol e praia*, responsável pela urbanização de várias praias em função da rápida e massiva ocupação destas por empreendedores e, posteriormente, pelos turistas. Esse tipo de turismo trouxe impactos socioambientais para as áreas receptoras, passando a ser denominado *turismo de massa*, caracterizado pela alta concentração de turistas, e condenado por pesquisadores.

Já na década de 1990, a indústria do turismo passa a se interessar pela exploração de áreas “naturais”, abrindo novas possibilidades de acumulação por meio do ecoturismo e de outras formas de turismo ditas alternativas/sustentáveis, como o turismo rural, o ecoturismo, o turismo histórico-cultural, entre outros. Apesar do claro interesse por novos mercados, a retórica a respeito dessa transição para um turismo alternativo/sustentável ocorre porque os impactos negativos do turismo “sol e praia” (degradação ambiental, conflitos socioculturais, segregação espacial, urbanização acelerada, etc.), são vistos como decorrentes do mau planejamento e da má gestão do turismo, enquanto o ecoturismo e outras modalidades passam a ser propagados como formas de turismo que, além de causarem menos degradação ambiental e menos conflitos sociais, contribuiriam para a dinamização econômica de territórios, para a conservação dos ecossistemas e para a valorização da diversidade cultural, desde que fossem bem planejadas e geridas, com base nos princípios do desenvolvimento sustentável.

Assim, nos últimos anos, o turismo vem sendo divulgado e promovido em todo o Brasil, sobretudo em virtude do potencial natural e paisagístico existente no país. Muitos defensores do turismo usam o discurso de que tal atividade apresenta poucos impactos socioambientais e amplia a geração de emprego e renda. Pesquisas da Geografia e de outras ciências humanas vêm demonstrando, no entanto, que esse otimismo é relativo, pois o turismo desencadeia diversas transformações espaciais e territoriais, transformações que geralmente trazem mais problemas do que benefícios para as comunidades residentes.

Influenciados pela popularização do ambientalismo e da idéia de desenvolvimento sustentável, muitos pesquisadores, a partir da década de 1990, passam a discutir a possibilidade de uma organização planejada da atividade turística, organização que, além do lucro, priorizasse também variáveis de conservação ambiental e a redução das desigualdades sociais, por meio de uma gestão territorial compartilhada através do envolvimento participativo das comunidades autóctones nos processos de planejamento, de monitoramento e de gestão do turismo.

A partir da apreensão dos principais impactos negativos da atividade turística, geógrafos e outros pesquisadores vêm debruçando-se na reflexão de “alternativas” ao atual modelo de desenvolvimento turístico. Consideramos relevante e pertinente a preocupação de geógrafos em relação a práticas de turismo que respeitem as culturas e os ecossistemas locais, bem como o aumento de estudos e pesquisas sobre as implicações socioespaciais do turismo. Existem, contudo, diversas pesquisas que apresentam uma visão romântica e irreal do turismo, ao vê-lo como a grande saída para a estagnação econômica, e acreditar que basta planejamento e vontade política para minimizar ou até solucionar seus problemas.

Buscando sintetizar as linhas de interpretação e análise do turismo, Ouriques (2005) relaciona quatro correntes. A primeira, chamada de *economicista/liberal*, tem uma visão otimista do turismo e preocupa-se com seus aspectos econômicos; a segunda defende o desenvolvimento do turismo planejado pelo Estado, acreditando no planejamento como caminho para alcançar um “turismo sustentável”; a terceira, denominada *pós-moderna*, caracteriza-se pela crítica ao turismo de massa e pelo elogio à diferenciação do mercado turístico e ao turismo alternativo, acreditando no turismo como promotor de desenvolvimento; e a última corrente, pautada em enfoques críticos do turismo, enfatiza o consumo e a produção destrutivos da atividade turística. Segundo Ouriques (2005), essa linha crítica questiona o “[...] caráter intrinsecamente benéfico do desenvolvimento turístico, discutindo as transformações que ocorrem na (re)produção da vida das comunidades receptoras.” (p. 83).

Acreditamos que a abordagem que propomos neste trabalho de tese está ligada à corrente crítica, pois estamos questionando todo um discurso dos benefícios potenciais

do turismo rural na agricultura familiar. Com base na apreensão da experiência empírica do Circuito Italiano de Turismo Rural (CITUR), no município de Colombo-PR, procuramos estabelecer uma relação com o debate teórico, no sentido de contrastar a retórica presente na exacerbação do turismo como vetor de desenvolvimento sustentável, com as implicações do turismo rural na agricultura familiar. Entendemos que, antes de promover o turismo, é preciso analisá-lo de forma crítica, constatando empiricamente suas implicações socioespaciais, e relacionando-as ao debate teórico⁶.

Sabemos que a maioria das pesquisas e estudos de geógrafos indica que o turismo pode contribuir para o desenvolvimento, e, portanto, se preocupa em planejar sua implantação com o objetivo de reduzir seus impactos negativos, contribuindo assim para a expansão e a disseminação da atividade turística, fato questionável e preocupante. Existem, contudo, pesquisadores comprometidos em analisar as implicações socioespaciais do turismo, sem a preocupação de promovê-lo, mas objetivando conhecer aspectos positivos e negativos, e entender as contradições existentes em seu desenvolvimento.

Enquanto alguns pesquisadores se concentram na análise do potencial de recepção e organização de destinações turísticas, outros, mais preocupados com os impactos socioespaciais desencadeados pela atividade turística, vêm procurando realizar pesquisas vinculadas às transformações espaciais (econômicas, culturais, políticas e ambientais) do turismo nas destinações. Destes últimos, uma boa parte entende que o planejamento estatal e a criação de modalidades alternativas de turismo contribuiriam para reduzir os impactos, e passam a incentivar e promover a abertura de áreas destinadas ao lazer e ao turismo. Os outros, por meio de suas pesquisas voltadas a apreender as implicações do turismo, percebem a interdependência entre interesses do capital globalizado e de seus agentes hegemônicos com as manifestações do turismo nos lugares, questionando a viabilidade dos discursos que promovem o turismo como vetor de desenvolvimento sustentável⁷.

Além da relevância das pesquisas críticas sobre as implicações socioespaciais do turismo por parte dos geógrafos, sentimos a necessidade da ampliação do debate geográfico frente o turismo, pois percebemos ser salutar a busca por abordagens e por conceitos da Geografia que contribuam para fundamentar as pesquisas voltadas à relação entre Geografia e Turismo, e sabemos que a Geografia pode contribuir para desmascarar as ilusões propagadas pelos promotores do turismo, apesar de vários

⁶ Apesar da influência de Ouriques (2005) em nossas argumentações, não somos totalmente adeptos de suas idéias, pois o autor, ao analisar o turismo com base em pressupostos marxistas, atribuindo relevância a determinações macroestruturais do modo de produção capitalista na produção do espaço, não leva em consideração as dinâmicas internas ao lugar, que, em nossa opinião, são fundamentais para apreender as implicações socioespaciais do turismo. Acreditamos que o lugar carrega objetos e ações provenientes das diversas escalas espaciais, da local até a global.

⁷ Entre estes, destacamos Maria Teresa Luchiari (2002), Arlete Rodrigues (1997 e 2000), Ana Fani Carlos (1996), Maria Geralda de Almeida (1998) e Marcelo Lopes de Souza (1997a).

geógrafos acreditarem nessas ilusões. Nesse sentido, procuramos apreender o fenômeno do turismo de forma crítica e através de um viés geográfico. Para tanto, fundamentamo-nos em pistas teórico-metodológicas dadas por Milton Santos (1996) para apreender a produção e a transformação do espaço geográfico.

Assim, procuramos dialogar com alguns conceitos de Milton Santos, visando relacioná-los a nosso objeto de pesquisa, que é o turismo no espaço rural e sua relação com a agricultura familiar. Buscamos aplicar alguns conceitos de Santos – como *evento*, *situação* e *periodização* para a delimitação do objeto de pesquisa; e *verticalidades*, *horizontalidades* e *intencionalidades*, entre outros, no estudo empírico.

Mas por que a preocupação com o turismo no espaço rural?

Assim como todas as modalidades de turismo contemporâneo, o turismo no espaço rural remonta ao período pós-Segunda Guerra Mundial. Diferente do turismo *sol e praia*, que se constituiu na modalidade mais disseminada de turismo, responsável pela urbanização de praias, grande aglomeração de pessoas e, conseqüentemente, diversos impactos socioespaciais, o turismo no espaço rural sempre teve como principal característica uma oferta de equipamentos e de serviços mais simplificada, e uma demanda menos concentrada e com motivações distintas dos turistas das praias.

Apesar de ter um crescimento concentrado na Europa e nos Estados Unidos a partir da década de 1960, o turismo ganha força na discussão sobre desenvolvimento rural em vários países no início da década de 1990, período em que cresce o fenômeno da *pluriatividade* no espaço rural, pois, além da maior diversidade de atividades agropecuárias, são adicionadas novas atividades não agrícolas (indústrias, condomínios residenciais, áreas de lazer e turismo), e intensificadas diversas atividades paraagrícolas que agregam valor aos produtos *in natura* e processados. Esse contexto do rural contemporâneo vem diversificando as ocupações e a renda da população rural, e levando a implicações socioeconômicas e a mudanças no uso e na ocupação do espaço rural.

Além da pluriatividade, aspectos como a segurança alimentar; a conservação de paisagens, de ecossistemas e de agroecossistemas; e a reprodução das famílias rurais passam a ser utilizados para justificar as múltiplas funções que o agricultor familiar desempenha, e para reafirmar seu papel na sociedade. Desta forma, o conceito de *multifuncionalidade*, incorporado na discussão sobre desenvolvimento rural na Europa, também contribuiu para a popularização da retórica do turismo rural como alternativa de desenvolvimento local/sustentável.

Adicionado às políticas públicas de promoção do desenvolvimento rural endógeno que incentivam a expansão do turismo rural (como é o caso dos Programas LEADER⁸ da

⁸ O programa LEADER I (Liaison entre Actions de Développement de l'Économie Rurale), iniciado em 1991, objetivou ajudar os atores do rural a considerar as potencialidades em longo prazo das respectivas regiões,

União Européia), o crescimento do turismo no mundo, decorrente da crescente territorialização do capitalismo, cria condições para que novos espaços antes ignorados pelo capital passem a ser valorizados como mercadoria, e preparados para receber o turismo. Assim, paisagens “naturais e artificiais”, o meio rural, manifestações culturais, pratos gastronômicos, entre outros elementos, são transformados em atrativos turísticos e passam a ser consumidos em um movimento de mercantilização de elementos da natureza, e de invenção de novos atrativos que muitas vezes nada têm a ver com a natureza ou a cultura característica do espaço rural.

Concomitante ao crescimento do turismo, aumenta também a competição entre os lugares por receita e emprego, competição chamada por Milton Santos (1996) de guerra dos lugares⁹. Ao mesmo tempo em que temos a padronização de equipamentos e serviços turísticos (hospedagem, alimentação, transportes, atividades), percebemos esforços no sentido de atribuir diferenciais entre os lugares, pois hoje o singular se torna um atrativo.

Nesse contexto, as áreas receptoras procuram resgatar e, principalmente, reinventar suas tradições e identidades locais, pois, como existe competitividade no turismo (assim como em todos os negócios), as singularidades são valorizadas pelo capital. Como propõe Harvey (1989), as imagens do lugar e a tradição local são forjadas para atrair capital. “A imagem de lugares e espaços se torna tão aberta à produção e ao uso efêmero quanto qualquer outra imagem.” (p. 264).

Assim, a aparência/forma passa a ser mais importante que a essência/conteúdo, pois é a imagem que atrai. Com a inserção de áreas “naturais” e “rurais” na oferta de atividades de lazer e turismo, ocorrem transformações socioespaciais em virtude da instalação de infra-estrutura e de equipamentos para atender os turistas, da oferta e da procura por empregos, das mudanças nas atividades e no modo de vida dos habitantes do campo envolvidos com o turismo, do deslocamento de pessoas “de fora” para conhecer e consumir esses espaços que até então eram pouco valorizados e pouco conhecidos, do contato entre populações autóctones e turistas, entre outros aspectos. A própria identidade/territorialidade da população local também pode mudar em função da valorização do espaço por atores exógenos, e da “invasão” dos turistas no lugar.

Mesmo com o forte discurso de viabilidade e benefícios do turismo em áreas “naturais” e “rurais”, acreditamos que estas vêm sendo exploradas de forma exógena e indiscriminada, fazendo com que a população local seja a maior afetada e prejudicada com a inserção do turismo e dos turistas.

e marcou o início de uma nova abordagem da política de desenvolvimento rural, que visa ser territorial, integrada e participativa.

⁹ Na guerra dos lugares, “cada lugar busca realçar suas virtudes por meio dos seus símbolos herdados ou recentemente elaborados, de modo a utilizar a imagem do lugar como ímã.” (p. 214).

O conceito de turismo no espaço/meio rural também carrega um forte viés geográfico, pois tem uma delimitação espacial. Por isso, ele permite identificar modalidades e situações heterogêneas¹⁰, que normalmente são percebidas e comercializadas como homogêneas e autênticas do campo/rural e do contato com a natureza, dando a impressão de um bucolismo e de um retorno ao passado ou às origens. Apesar da importância desse conceito para a tese, sabemos que a própria delimitação entre o rural e o urbano vem sendo objeto de amplos debates acadêmicos. Procuramos, portanto, trazer impressões gerais da relação urbano/rural, e discorrer sobre alguns conceitos usados para a teorização, como *ruralidades* e *urbanidades*.

Outro fator que influenciou nossa escolha pelo turismo no espaço rural, diz respeito à ênfase que é dada a este como uma modalidade de turismo doméstico de base local, isto é, um turismo mais voltado à população regional e local do que à demanda internacional. O turismo de base local (ou de escala local) vem sendo discutido e incentivado no Brasil como um turismo diferenciado, de baixo impacto, comprometido com o desenvolvimento local e com as populações autóctones¹¹. Entre os pesquisadores do turismo de base local, e mesmo nos órgãos oficiais de turismo como a OMT (Organização Mundial do Turismo), há um forte viés na idéia de um *turismo sustentável* e na busca por esse turismo que geraria menos impactos e contribuiria para o desenvolvimento local/sustentável.

Considerando a importância do turismo como fenômeno de produção, consumo e transformação espacial, seu crescimento no mundo e no Brasil, a pertinência dos pressupostos teórico-conceituais da Geografia para os estudos sobre o turismo, e nossa trajetória de pesquisas e estudos sobre a relação entre Geografia e Turismo, levantamos as seguintes questões teóricas:

- Quem são os atores sociais que planejam e promovem o turismo no meio rural, e quais são as implicações socioespaciais deste tipo de atividade?
- Será que o turismo rural de base local é ou pode ser uma atividade sustentável?
- Qual é a legitimidade do turismo rural como atividade que fortalece a identidade e a autonomia dos agricultores familiares?
- Quais são as implicações (vantagens e desvantagens) do turismo rural para o agricultor familiar envolvido na oferta de atividades de lazer e de turismo no espaço rural?

Mas por que apreender as conseqüências do turismo rural na agricultura familiar?

Um primeiro aspecto que nos chama a atenção para a agricultura familiar é o fato de esta ser considerada uma categoria social diferenciada, desde os estudos clássicos

¹⁰ Com base em pesquisa empírica no município de Francisco Beltrão-PR, Candiottto e Farias (2005) discutem a heterogeneidade da oferta, dos empreendimentos e dos atores ligados ao turismo rural.

sobre o campesinato, de Kautsky, Lênin e Chayanov. A agricultura familiar tem toda uma história de sobreexploração de mais-valia pelo capital, e de relativa resistência à lógica capitalista de produção e consumo.

Por outro lado, a agricultura familiar ganha força no debate sobre desenvolvimento rural no mundo e no Brasil, sobretudo a partir da década de 1990, influenciada por organismos internacionais como a ONU (Organização das Nações Unidas), FAO (Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura), OMC (Organização Mundial do Comércio), entre outros, que, ao usarem o discurso da importância da agricultura familiar e de seu fortalecimento, mascaram os objetivos de expansão do capitalismo nas pequenas propriedades rurais através do crescimento econômico destas e de sua inserção em mercados globalizados.

Apesar dos interesses hegemônicos de expansão das relações capitalistas na agricultura familiar por meio do turismo, o modismo do turismo rural faz com que diversos pesquisadores apontem essa atividade como uma alternativa de renda, emprego e valorização da propriedade rural e dos recursos naturais e culturais das famílias de agricultores. Além de ser vista como uma atividade que dinamiza economicamente os espaços rurais, o turismo rural também é tido como uma atividade potencialmente sustentável, complementar à produção agropecuária, que estaria beneficiando os agricultores familiares e fortalecendo a agricultura familiar, pois geraria emprego e renda, e aumentaria a auto-estima da população rural.

Sabendo das dificuldades históricas de sobrevivência, da resistência, e da importância das pequenas unidades de produção familiar no Brasil, é fundamental pensar em meios que possibilitem melhorar a qualidade de vida dos agricultores familiares. É preciso, contudo, analisar como se manifestam as experiências tidas como alternativas, no sentido de conhecer sua aplicabilidade e sua viabilidade para o agricultor familiar, para que este não seja, mais uma vez, o maior explorado no processo.

Assim como o ideário do desenvolvimento sustentável, a utilização do termo *agricultura familiar* ocorre também a partir da década de 1990 no Brasil. Em 1996, através da criação do Pronaf (Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar), o governo federal “reconhece”, na esfera político-institucional, a relevância das unidades de produção familiares, direcionando políticas públicas específicas para essa categoria social. No início do Pronaf, as políticas eram restritas ao crédito para a produção agrícola. Todavia, posteriormente foram criadas linhas alternativas, como o Pronaf Florestal, e, mais recentemente, o “Programa Nacional de Turismo Rural na Agricultura Familiar (PNTRAF)”, pelo Ministério do Desenvolvimento Agrário, do governo federal.

¹¹ As pesquisas e estudos sobre o turismo de base local ganharam força na década de 1990, culminando na realização do I Encontro de Turismo com Base Local, em 1997 na USP, que vem tendo continuidade, e atualmente se encontra em sua décima edição.

Além da influência do Pronaf e da propagação do ideário/discurso do desenvolvimento sustentável, pesquisas acadêmicas¹² realizadas a partir da década de 1990 indicam que o espaço rural brasileiro passa a incorporar diversas atividades não agrícolas (pluriatividade) e novas funções produtivas no meio rural. Influenciado por experiências, sobretudo européias, que evidenciam as múltiplas funções do mundo rural (multifuncionalidade), o debate teórico-conceitual sobre a agricultura familiar e sua possível ligação com a sustentabilidade amplia-se no Brasil.

Inserido no contexto da pluriatividade, isto é, da diversificação das atividades agrícolas e não agrícolas desenvolvidas dentro e fora das unidades de exploração familiar, surge o lazer e o turismo no meio rural, de modo que estes vêm sendo vistos como promissoras alternativas de renda para os agricultores familiares, fazendo com que haja um significativo crescimento das propriedades rurais que oferecem atividades de lazer e turismo. Tais alternativas não são, no entanto, restritas aos agricultores familiares, e, de forma geral, vêm sendo promovidas por sujeitos que não dependem da agricultura, como empresários urbanos ou médios e grandes produtores rurais e os denominados neo-rurais (pessoas que optam por residir no meio rural, sem necessitar da renda e do emprego provenientes de atividades agropecuárias).

Ademais, nossa preocupação em separar o agricultor familiar de outros atores sociais do meio rural reside no fato da união entre propriedade da terra, trabalho e gestão familiar, características peculiares da agricultura familiar. Tais aspectos são considerados fundamentais para a existência de uma relativa autonomia do agricultor familiar frente à crescente dependência da sociedade em relação aos mercados. Conhecer quem são os agricultores familiares se faz, portanto, importante para verificar até que ponto estes têm autonomia, bem como para direcionar corretamente os recursos governamentais de apoio à agricultura familiar.

Nesse sentido, cabe aos geógrafos e a outros cientistas sociais realizarem pesquisas que contribuam para a compreensão dos processos de transformação espacial inerentes ao desenvolvimento do turismo rural, bem como com a inserção do agricultor familiar em atividades de lazer e turismo no meio rural.

Essas questões teóricas são importantes elementos motivadores e justificadores da realização da pesquisa. Buscaremos discuti-las, porém, para tanto, sentimos a necessidade de aproximar a discussão teórica com o estudo de uma experiência empírica que envolva a relação entre turismo no espaço rural e agricultura familiar. Acreditamos que, sem um objeto de pesquisa empírico, fica difícil estabelecer um diálogo que contribua para o aprimoramento das teorias, pois a construção teórica geralmente se dá a partir da conjunção de constatações empíricas.

¹² Destacam-se as diversas pesquisas no território brasileiro, pesquisas lideradas por José Graziano da Silva, professor da UNICAMP, por meio do projeto “rurbano”.

Não obstante, realizamos a pesquisa empírica sobre uma experiência de implantação de um Circuito de Turismo Rural, onde procuramos conhecer a gênese e a evolução deste, os atores envolvidos e as implicações socioespaciais do turismo, com destaque para os agricultores familiares diretamente envolvidos na experiência. Assim, decidimos pesquisar o *Circuito Italiano de Turismo Rural* do município de Colombo - PR, situado na Região Metropolitana de Curitiba (RMC).

Mas por que o Circuito Italiano de Turismo Rural de Colombo – PR?

A pesquisa empírica – sobre o *Circuito Italiano de Turismo Rural (CITUR)*, localizado no município de Colombo-PR – foi fundamental para relacionar os elementos e os argumentos teóricos sobre a relação entre turismo rural e agricultura familiar, pois, além de ser o primeiro circuito a ser efetivado dentro da proposta de um *Anel de Turismo para a Região Metropolitana de Curitiba*, composto por vários circuitos turísticos, o CITUR busca valorizar a agricultura familiar e a cultura italiana, pois está centrado na comercialização de produtos coloniais produzidos pelos imigrantes de origem italiana, como o vinho, a graspa¹³, o salame, o queijo, massas, entre outros, geralmente cultivados e produzidos por agricultores familiares.

O contato inicial com alguns promotores do referido Circuito, e com outros profissionais envolvidos com o turismo rural na agricultura familiar paranaense, serviu para conhecer os projetos e os programas estaduais para o turismo rural no Paraná, e constatar a opinião destes sobre a relevância do *Circuito Italiano de Turismo Rural* como experiência pioneira no Estado, apoiada por políticas públicas e centrada na valorização étnica e na produção agropecuária e artesanal familiar.

Em entrevista realizada no início de 2003, com o sr. Ednei Nascimento, um dos mentores da proposta de Anel de Turismo da Região Metropolitana de Curitiba e dos Circuitos Turísticos, este evidenciou o CITUR como o pioneiro entre os circuitos do Anel, como o circuito mais avançado, e com participação significativa de agricultores familiares.

Silveira (2001) é um geógrafo que destaca o *Circuito Italiano de Turismo Rural* de Colombo no contexto da Região Metropolitana de Curitiba, e sugere maiores análises sobre esse evento.

O Circuito Italiano de Turismo Rural formado por um roteiro que percorre Colombo, município integrante da RMC, é o projeto em estágio de implantação mais avançado e em que caberia, portanto, uma primeira avaliação da viabilidade da proposta como um todo (p. 134).

Nitsche (2000) enfatiza o caráter experimental assumido pelo CITUR, e afirma que pesquisas sobre o mesmo podem fornecer informações importantes para o desenvolvimento das demais propostas de circuitos turísticos na Região Metropolitana de Curitiba. Ao realizar uma pesquisa sobre o CITUR, a autora conclui que o CITUR vem

seguindo o conceito de turismo sustentável, pois valoriza a cultura italiana, a conservação ambiental, o rural e seus produtos.

Silveira (2001) vê tanto a proposta do Anel de Turismo Rural da RMC quanto a do Circuito Italiano de Turismo Rural em Colombo como benéficas aos agricultores envolvidos e promissoras para o desenvolvimento regional com bases sustentáveis. Frente às dificuldades dos agricultores em permanecerem no campo, e dada a importância do turismo como atividade econômica, o citado autor acredita na inserção do turismo no meio rural como alternativa de emprego e renda para a população do campo e, conseqüentemente, como uma forma de manter os agricultores no campo. Questionamos, no entanto, essas afirmações de Nitsche (2000) e Silveira (2001) em torno dos resultados positivos CITUR para os agricultores familiares envolvidos.

Na mesma linha de Silveira (2001), o discurso oficial dos idealizadores e dos gestores do CITUR tem um forte apelo aos benefícios do turismo rural para os agricultores familiares. Nesse sentido, procuramos verificar as implicações do turismo para os agricultores familiares inseridos no CITUR em Colombo, considerando as mudanças e as permanências em cada unidade familiar; e como se dá a participação dos agricultores familiares no planejamento e na gestão do Circuito.

Para responder a essas questões, remetemo-nos, no entanto, a outras indagações preliminares fundamentais: Como surge e como se desenvolve o Circuito Italiano de Turismo Rural? Quais são os atores sociais, endógenos e exógenos, identificados e suas intencionalidades?

Conforme a proposta metodológica de incorporar uma abordagem comprometida em entender a partir do lugar, suas conexões com outras escalas geográficas (regional, nacional, global, etc.), foi preciso verificar qual é a influência de outras escalas espaciais na disseminação do turismo rural em Colombo. Para tanto, utilizamos a proposta teórico-metodológica de Milton Santos (1996), onde consideramos o *Circuito Italiano de Turismo Rural (CITUR)* como evento concreto a ser apreendido no lugar. Todavia, Santos atribui igual importância para a escala de origem do evento (global), que, nessa pesquisa, se constitui na *disseminação global da idéia de que o turismo rural é uma modalidade de turismo sustentável*, sendo uma atividade potencializadora do desenvolvimento sustentável.

Nossa pesquisa está, portanto, pautada na apreensão das implicações socioespaciais do turismo rural, com destaque para sua relação com a agricultura familiar, considerando a gênese e evolução do *Circuito Italiano de Turismo Rural*, os atores envolvidos localmente e as relações deste evento com a retórica global do turismo rural como vetor de desenvolvimento sustentável.

¹³ A graspa ou grapa é uma bebida produzida a partir da destilação da uva.

Estrutura da tese

Partindo de uma abordagem geográfica e do debate contemporâneo em torno do turismo rural na agricultura familiar, procuramos, nesse trabalho, conhecer o processo de implantação e de desenvolvimento do *Circuito Italiano de Turismo Rural (CITUR)* no município de Colombo, localizado na Região Metropolitana de Curitiba, e o reflexo do turismo nos agricultores familiares, inseridos no CITUR.

Através de um resgate histórico da importância do turismo e de suas conseqüências socioespaciais (de grande interesse para os geógrafos), buscamos apreender como surge e se dissemina o turismo rural como ideologia de desenvolvimento sustentável e, como experiência empírica, qual é a relação entre turismo rural e agricultura familiar, e quais as conseqüências da inserção no turismo para os agricultores familiares. O trabalho foi, portanto, estruturado da seguinte forma:

- Inicialmente, apresentamos a proposta e o objetivo da tese, considerando as justificativas que levaram à realização da pesquisa;

- No capítulo I, apresentamos os pressupostos teórico-metodológicos da pesquisa, destacando alguns conceitos da geografia trabalhados por Milton Santos e por outros geógrafos, que fundamentaram nossa abordagem teórica e nosso recorte espaço-temporal. Os conceitos de *técnica, meio técnico-científico-informacional, tecnosfera e psicosfera, espaço, lugar, objetos e ações, rugosidades, verticalidades, horizontalidades, intencionalidades, evento, situação, periodização, território e territorialidade* são abordados. Ainda no capítulo I, trabalhamos com o rural e a agricultura familiar na contemporaneidade, considerando o debate cidade e campo e os conceitos de *tecnificação do rural, ruralidades, urbanidades e pluriatividade*.

- Seguindo a proposta teórico-metodológica de Milton Santos (1996), no capítulo II, apresentamos a *situação* que influenciou a manifestação do *evento Circuito Italiano de Turismo Rural*. Para tanto, fizemos uma caracterização de alguns aspectos geográficos da Região Metropolitana de Curitiba e do município de Colombo.

- No capítulo III, discorremos sobre a *origem do evento*, que entendemos ser a *propagação da idéia do turismo rural como vetor de desenvolvimento sustentável*. Nesse sentido, procuramos identificar as *verticalidades* que influenciam na disseminação dessa idéia. Iniciamos discutindo o lazer e o turismo na contemporaneidade, passando pelo que chamamos de dimensão espacial do turismo; e pela diferenciação entre turismo convencional/de massa e turismo alternativo/sustentável. Em seguida, abordamos o turismo rural, considerando seu histórico, suas implicações socioespaciais e a discussão conceitual, além das políticas públicas de turismo rural no Brasil e no Paraná, com destaque para o Programa Nacional de Turismo Rural na Agricultura Familiar (PNTRAF).

- No capítulo IV, tratamos da *realização do evento*, isto é, da manifestação do evento no lugar (SANTOS, 1996). Como o evento escolhido foi o *Circuito Italiano de*

Turismo Rural (CITUR), localizado em Colombo-PR, buscamos resgatar a gênese e o desenvolvimento do mesmo em seus oito anos de existência, como se encontra o Circuito na atualidade; levantar os atores endógenos e exógenos envolvidos e suas *intencionalidades*; e as implicações do Circuito para os agricultores familiares com empreendimentos no CITUR. Na análise do Circuito e de suas relações com outras escalas geográficas, procuramos utilizar os conceitos trabalhados nos capítulos teóricos (I e III) para fundamentar nossas argumentações.

Essa análise empírica foi fundamental para discutir as grandes questões teóricas que motivaram a realização dessa pesquisa, sendo elas:

- O turismo rural na agricultura familiar fortalece-a ou apenas a utiliza como objeto de consumo?
- O agricultor familiar é um ator ativo no planejamento e na gestão do turismo no espaço rural ou somente é usado como algo pitoresco e diferente pelo *trade* turístico?
- O turismo no meio rural é uma atividade que vem sendo pensada pelos agricultores e pelos moradores das áreas rurais ou uma criação da sociedade capitalista urbano-industrial que invade o “rural”?
- É possível falar em um turismo sustentável?
- É válida a retórica de que o turismo rural na agricultura familiar pode ser sustentável?

Entendemos que as análises críticas e comprometidas com a realidade são cruciais para analisar como se desenvolve o turismo, apontar os problemas existentes e, conseqüentemente, para melhorar a gestão dessa atividade.

Para a realização da pesquisa empírica, procuramos uma metodologia operacional que possibilitasse ter elementos para apreender a trajetória e as implicações socioespaciais do *Circuito Italiano de Turismo Rural*. Esta é apresentada a seguir.

Metodologia operacional

No que diz respeito aos procedimentos metodológicos da pesquisa empírica, realizamos as seguintes etapas:

- Busca de informações secundárias sobre a política e organização do turismo rural no município de Colombo-PR.
- Contato com representantes de órgãos e indivíduos envolvidos com o turismo rural no município de Colombo (Emater, Prefeitura, agricultores, empresários, etc.).
- Trabalho de campo em 2003 para estabelecer uma primeira aproximação com o objeto da pesquisa, e para sondagem do município e de algumas destinações do CITUR.
- Elaboração de um roteiro de entrevistas para os proprietários dos estabelecimentos ligados ao *Circuito Italiano de Turismo Rural* (Anexo 1), para coleta de

informações gerais de todos os empreendimentos do CITUR em 2004, totalizando 30 empreendimentos;

- Elaboração de um roteiro complementar de entrevistas, aplicado nos possíveis agricultores familiares em 2004 (Anexo 2).

- Realização das entrevistas com os empreendedores/proprietários de estabelecimentos vinculados ao Circuito.

- Análise e tabulação dos dados coletados nesta primeira fase.

- Definição de quem são os agricultores familiares e elaboração de um roteiro com questões complementares para estes (Anexo 3), considerando aspectos produtivos, investimentos e outras mudanças na UPVF.

- Trabalho de campo em 2005 para aplicação das entrevistas com os agricultores familiares do CITUR.

- Análise e tabulação dos dados coletados com os agricultores familiares.

- Elaboração de novo roteiro para ser aplicado em 2007 com os 30 empreendedores (Anexo 4) e roteiro complementar com os oito agricultores familiares selecionados (Anexo 5);

- Elaboração de um roteiro de entrevistas e aplicação das mesmas com a população residente de Colombo (modelo no Anexo 6), para averiguar seu conhecimento e as impressões em relação ao CITUR.

- Elaboração de um roteiro de entrevistas para visitantes e aplicação destas para averiguar o conhecimento que têm em relação ao CITUR (modelo no Anexo 7).

- Tabulação e análise dos dados coletados com os visitantes e com os residentes.

- Aquisição e análise de cópia do livro de atas das reuniões do Conselho Municipal de Turismo de Colombo.

- Análise do processo de planejamento e de gestão do turismo em Colombo, identificando outros atores envolvidos e sua participação.

- Identificação das impressões dos agricultores familiares e de outros empreendedores em relação ao CITUR e das mudanças e permanências nas UPVFs.

As informações empíricas nos deram subsídios para enriquecer o debate teórico sobre a relação entre turismo rural e agricultura familiar. Com as entrevistas, as observações, as conversas informais e, principalmente, com a análise do livro de atas do Conselho Municipal de Turismo e de outros documentos da Prefeitura Municipal, pudemos aproximar a realidade pesquisada com os conceitos selecionados, permitindo estabelecer uma junção entre o debate teórico geral sobre o turismo rural e suas implicações espaciais no município de Colombo-PR, lugar que oferta o *Circuito Italiano de Turismo Rural*.

CAPÍTULO I

A Geografia e o pensamento de Milton Santos como fundamentos de uma reflexão sobre o Circuito Italiano de Turismo Rural em Colombo (PR), o espaço rural e a agricultura familiar

O turismo manifesta-se no espaço, transformando e criando paisagens, territórios e territorialidades. Sabendo do caráter multidisciplinar da Geografia, que procura integrar ciências sociais e ciências naturais, a abordagem geográfica do turismo como fenômeno socioespacial tem muito a contribuir na apreensão do espaço e do próprio turismo.

Se entendermos que fazer Geografia é dar sentido ao espaço, urge buscar fazer uma Geografia do movimento, conforme apontam Santos e Silveira (2001). Esta Geografia do movimento teria como ponto de partida o presente, mas, sem dúvida, necessitaria do resgate de aspectos passados para a compreensão da dinâmica socioespacial. Na perspectiva de uma Geografia do movimento, Milton Santos trabalha com os conceitos de *evento*, de *periodização*, de *situação*, de *meio técnico-científico-informacional*, de *objetos técnicos*, de *território usado*, entre outros.

Sabendo da importância dos conceitos na fundamentação de uma pesquisa científica, discutiremos alguns conceitos propostos por Milton Santos utilizados em nossa pesquisa. Seguindo os pressupostos teórico-metodológicos de Santos (1996), trabalhamos com o foco no *lugar*, isto é, com a manifestação de um evento na escala local. Todavia, segundo o autor, é preciso procurar relacionar o fenômeno pesquisado à influência de outras escalas espaciais, com destaque para a global, a nacional, a estadual e a regional.

Considerando a importância da relação global/local para o estudo do espaço geográfico, Silveira (informação verbal)¹⁴ ressalta que, como os objetos e as ações se dão em escalas diversas, é preciso considerá-las de forma integrada. Assim, estaremos nos apoiando principalmente em Milton Santos (1996), em função de sua proposta teórico-metodológica, que tem como foco a relação espaço-tempo, e a articulação entre as escalas espaciais. Fundamentados no referido autor, procuramos identificar um evento em um lugar, e verificar como se dá essa relação entre as determinações exógenas – traduzidas em normas, políticas públicas e outras ações de abrangência global, nacional e regional – e as ações desencadeadas pelos agentes endógenos, concernentes ao contexto econômico, político, ambiental e sociocultural local.

¹⁴ Exposição de Maria Laura Silveira sobre Conceitos da Geografia Contemporânea, ministrada dentro da disciplina Seminários de Pesquisa, do programa de pós-graduação em Geografia da UFSC, em maio de 2003.

Desta forma, nosso recorte espacial para a pesquisa empírica é o município de Colombo, que abriga a maior parte dos empreendimentos e envolvidos com o *Circuito Italiano de Turismo Rural*¹⁵. Apesar da preocupação em apreender a gênese e o desenvolvimento do CITUR, enfocaremos as conseqüências deste para os agricultores familiares envolvidos com a oferta de atrativos e a recepção de visitantes. O objetivo central da tese é, portanto, analisar uma experiência de implantação do turismo no espaço rural a partir de um enfoque geográfico, articulando o local ao global e a outras escalas, para apreender as implicações socioespaciais do CITUR no município, com destaque para os agricultores familiares envolvidos.

A tese que defendemos é a de que, apesar de algum benefício econômico, os agricultores familiares envolvidos em roteiros e circuitos turísticos estão sendo explorados, pois, sob o rótulo de turismo rural na agricultura familiar, surgem diversos atores e intencionalidades que pouco contribuem para o fortalecimento da agricultura familiar. O uso de alguns objetos, ações e representações dos agricultores familiares como imagens/símbolos do rural bucólico e a propagação da retórica de que eles vêm sendo os principais beneficiários de políticas públicas de turismo rural são aspectos questionados nesse trabalho, pois consideramos que os maiores beneficiários com o desenvolvimento do chamado turismo rural não são os agricultores familiares, mas, sim, os promotores e os investidores do turismo.

Nesse sentido, há uma contradição entre a idéia do turismo rural como uma estratégia endógena da família rural, e como atividade que contribui para a permanência das famílias de agricultores no campo e para o fortalecimento da agricultura – através de ganhos econômicos, valorização da propriedade e da família, aumento da auto-estima, manutenção das atividades agropecuárias existentes e diversificação produtiva e de serviços – com as influências de atores exógenos na promoção do turismo, e as exigências do *trade* turístico e dos promotores, para que os agricultores familiares incorporem uma visão empresarial para administrar o empreendimento turístico e, ao mesmo tempo, mantenham suas atividades tradicionais e suas ruralidades.

É, portanto, nessa perspectiva de junção entre o empírico e o teórico / entre o local e o global – permeado por outras escalas espaciais – que estaremos desenvolvendo a tese, pois acreditamos que existe uma influência externa na concepção e na implantação do Circuito Italiano de Turismo Rural no município de Colombo, assim como na grande maioria das destinações de turismo no mundo. Todavia, ao mesmo tempo em que uma lógica externa penetra nos lugares, esta chega e é incorporada de formas heterogêneas, conforme os aspectos socioculturais, econômicos, políticos e ambientais de cada lugar.

¹⁵ Apenas o Hotel Quintas de Bocaiúva (atualmente desativado), localizado no município de Bocaiúva do Sul; e a pousada Sítio da Alegria, localizada no município de Campina Grande do Sul não são empreendimentos do município de Colombo. Ademais, toda a administração do CITUR é centralizada na Prefeitura Municipal de Colombo.

Outro aspecto relevante dessa pesquisa reside em nossa preocupação e alerta em relação à necessidade de execução de pesquisas/análises críticas sobre o fenômeno do turismo, que apreendam a gênese e a gestão do mesmo em diferentes lugares, e suas conseqüências espaciais. Para tanto, entendemos que a análise geográfica pode ter grande contribuição na apreensão de tais aspectos, e o arcabouço conceitual proposto por Milton Santos surge como um caminho que permite realizar uma leitura geográfica do turismo e de suas implicações espaciais.

Considerando a importância do rural e da agricultura familiar para essa pesquisa, procuramos também, apresentar e discutir alguns conceitos concernentes à essas temáticas. Assim, além dos conceitos trabalhados por Milton Santos, esse primeiro capítulo apresenta elementos do debate sobre o rural contemporâneo e sobre a agricultura familiar, com enfoque para os conceitos de *tecnicização do rural*, *ruralidades*, *urbanidades* e *pluriatividade*.

1. A importância da relação espaço-tempo para a teoria social crítica

Podemos afirmar que estamos vivenciando um período histórico de intensas transformações espaciais e de muitas dúvidas em relação ao futuro da humanidade e do próprio planeta. Concomitante à hegemonia do capitalismo, e aos avanços científicos e tecnológicos, muitas foram as conquistas que nos permitiram evoluir como a espécie que dominou e continua dominando a natureza. Todavia, esse domínio trouxe graves conseqüências para o funcionamento dos ecossistemas, para a organização da sociedade e para a conservação da biodiversidade, pois aumentou a degradação ambiental, manteve a concentração de riqueza nas mãos de poucos, e ampliou a desigualdade social pelo mundo.

Frente a esse contexto, onde a própria produção científica é comandada por interesses econômicos dos agentes hegemônicos do capital (corporações transnacionais e outras firmas), entendemos que cabe às ciências humanas manter uma análise crítica e comprometida com a realidade, que possa desmascarar estratégias de exploração da força de trabalho e dos recursos naturais, implícitas nos discursos de progresso, desenvolvimento e globalização.

Após um período caracterizado pelo capitalismo industrial, onde a maior parte da mais-valia era obtida através da produção de bens materiais dentro do modelo fordista, passamos nas últimas décadas para uma nova fase do capitalismo, onde predomina o capital financeiro e a acumulação flexível de capital, de modo que a informação, o conhecimento e os serviços se tornam tão ou mais importantes e lucrativos do que a própria produção de bens materiais. Modificam-se algumas características do capitalismo, porém este se mantém fundamentado na especulação.

O capital é um processo de reprodução da vida social, por meio da produção de mercadorias em que todas as pessoas do mundo capitalista avançado estão profundamente implicadas. [...] é um modo dinâmico e revolucionário de organização social que transforma incessantemente a sociedade em que está inserido. O processo mascara e fetichiza, [...] cria novos desejos e necessidades, explora a capacidade do trabalho e do desejo humanos, transforma espaços e acelera o ritmo da vida. [...] Sua trajetória de desenvolvimento sempre se baseou na especulação – em novos produtos, novas tecnologias, novos espaços e localizações, novos processos de trabalho. (HARVEY, 1989, p. 307).

Nessa nova fase do capitalismo, além do capital financeiro emerge um processo de globalização da economia, pautado no livre mercado, na ideologia neoliberal e no poder concentrado das corporações transnacionais. Por sua vez, essas corporações dominam as tecnologias da informação, fundamentais para disseminar modismos e consumismos, e, assim, garantir a hegemonia econômica de seus produtos pelo mundo.

Segundo Harvey (1989), vivemos numa fase de compressão do tempo-espaço, decorrente da transição do modelo fordista para a acumulação flexível do capital, caracterizada por novas formas organizacionais e tecnologias produtivas com controle eletrônico. Assim, há uma aceleração no tempo da produção, distribuição e consumo, influenciados pela dinamização da circulação, de sistemas aperfeiçoados de comunicação e do fluxo de informações.

Milton Santos ressalta a informação como elemento primordial de integração do espaço geográfico nos dias atuais.

Antigamente, sobretudo antes da existência humana, o que reunia as diferentes porções de um território era a energia, oriunda dos próprios processos naturais. Ao longo da história é a informação que vai ganhando essa função, para ser hoje o verdadeiro instrumento de união entre as diversas partes de um território. (SANTOS, 2002, p. 17).

Para Milton Santos, o processo de globalização é decorrente do meio técnico-científico-informacional, que intensifica a produção/transformação do espaço e abre novas possibilidades de expansão do capitalismo, universalizando-o. Os avanços da ciência, da técnica e da informação são instrumentos que permitem a globalização do espaço, porém o autor não acredita na existência de um espaço mundial, advertindo que “o espaço se globaliza, mas não é mundial como um todo senão como metáfora. Todos os lugares são mundiais, mas não há um espaço mundial. Quem se globaliza, mesmo, são as pessoas e os lugares.” (1994, p. 16). Existem, sim, os espaços hegemônicos, que abrigam atividades de produção e troca de alto nível (mundial), assim como os espaços hegemonizados, sob forte influência dos espaços hegemônicos.

Harvey (1989) utiliza o conceito de pós-modernidade para referir-se à compressão tempo-espaço e à nova lógica do capitalismo globalizado. Para o autor, a partir da década de 1970, vivenciamos um período de passagem do consumo de bens para o de serviços, pois estes não duram muito (são efêmeros). Essa transição é favorável ao

capital, pois, com o aumento do consumo, cresce a necessidade de renovar produtos e serviços. Nesse contexto, a produção de mercadorias (materiais e simbólicas) passa a caracterizar-se pela instantaneidade e pela descartabilidade.

O desenvolvimento de novas técnicas foi de suma importância para essa compressão tempo-espço, pois as tecnologias de informação e comunicação via satélite, e a maior rapidez dos meios de transportes, permitiram “acelerar” o tempo e “reduzir” o espaço.

[...] as inovações (*técnicas*) voltadas para a remoção de barreiras espaciais têm tido imensa significação na história do capitalismo, transformando-a numa questão deveras geográfica – as estradas de ferro e o telégrafo, o automóvel, o rádio e o telefone, o avião a jato e a televisão, e a recente revolução das telecomunicações são casos em tela. (HARVEY, 1989, p. 212).

Esse novo momento histórico-geográfico que a humanidade enfrenta necessita de reformulações teóricas no campo das ciências humanas e sociais. Assim, diversos teóricos vêm propondo novas bases teóricas, conceituais e epistemológicas para a apreensão dos fenômenos contemporâneos. Conceitos como globalização, meio técnico-científico-informacional, pós-modernidade, espaço, território, redes, firmas, entre outros, passam a ser bastante discutidos, sobretudo entre os geógrafos, que, influenciados por essa “nova ordem mundial”, procuram avançar no debate sobre o papel da Geografia como ciência. Dentre esses conceitos, o de *espaço* se destaca na Geografia, pois se constitui no seu mais amplo objeto de estudo.

Nesse sentido, Soja (1993) assevera que o espaço, como categoria de análise da Geografia, ganha força na construção da teoria social crítica, através de abordagens propostas por pesquisadores como Harvey e Castells, que, a partir da década de 1970, passam a refletir sobre uma análise marxista do espaço. Soja considera que, para se compreender o social, é preciso remeter-se ao espacial, pois ambos têm suas origens no modo de produção, mas também são dialeticamente inseparáveis¹⁶.

Para Soja (1993, p. 103), a noção base da dialética socioespacial vem com Lefebvre, ao afirmar que “o espaço e a organização política do espaço expressam as relações sociais, mas também reagem contra elas. [...] o espaço sempre foi político e estratégico” (*ideológico*), pois mesmo “formado e moldado a partir de elementos históricos e naturais”, constitui-se em um produto social, que, por sua vez, é influenciado pelo processo político. Acreditando na relevância da dialética tempo-espço, Soja (1993) propõe que haja uma transição teórica do materialismo histórico para um materialismo histórico e geográfico, que incorpore, no campo das ciências sociais, uma abordagem que busque aproximar o conhecimento histórico com o geográfico.

¹⁶ Soja (1993) coloca que Marx e Engels apontaram para a existência de uma associação dialética entre dimensões vertical (*social*) e horizontal (*espacial*) do modo de produção, mas não desenvolveram uma abordagem mais detalhada.

No Brasil, um dos principais pensadores a enfatizar o espaço como objeto central da Geografia, e a importância da abordagem dialética espaço-tempo para a teoria social crítica, foi Milton Santos, que também teve influências marxistas.

2. A contribuição de Milton Santos para a teoria social crítica através da Geografia

Assim como Harvey, Soja e Lefebvre, Santos é outro geógrafo que atribui fundamental importância para a relação dialética existente entre espaço e tempo. Na busca por uma epistemologia da Geografia, Milton Santos centrou sua abordagem no espaço geográfico, porém não deixando de vinculá-lo ao tempo. Em "Por uma Geografia Nova", de 1980, Santos propõe uma abordagem fundamentada na dialética espaço-tempo, que posteriormente vai sendo aperfeiçoada.

O fato de que os eventos sejam ao mesmo tempo espaciais e temporais não significa que se pode interpretá-los fora de suas próprias determinações ou sem levar em conta a totalidade da qual eles emanam e que eles reproduzem. O espaço social não pode ser explicado sem o tempo social. (SANTOS, 1980, p. 206).

Inserido entre os renomados geógrafos contemporâneos, Milton Santos é referência bibliográfica obrigatória na Geografia brasileira. Após anos de dedicação à reflexão geográfica, Santos deixa claro, na obra "A Natureza do Espaço", sua intenção de, além de descrever, interpretar o espaço geográfico. "Nosso desejo explícito é a produção de um sistema de idéias que seja, ao mesmo tempo, um ponto de partida para a apresentação de um sistema descritivo e de um sistema interpretativo da geografia." (SANTOS, 1996, p. 18).

Buscando apontar caminhos para uma epistemologia eminentemente geográfica, Santos publica, em 1996, a obra "A Natureza do Espaço", que apresenta uma proposta teórico-metodológica para a apreensão da dinâmica do espaço geográfico na contemporaneidade. O autor, mostrando uma preocupação similar à de Soja, deixa claro que o referido livro deseja ser uma contribuição geográfica à produção de uma teoria social crítica.

Para Santos (1980), o objeto de estudo da Geografia é o espaço, que é um produto histórico da relação sociedade/natureza. Em 1985, afirma que o espaço deve ser considerado como totalidade, e possui os seguintes elementos: homem, firmas, instituições, meio ecológico e infra-estruturas (*equivalentes aos objetos técnicos*).

Nesse sentido, o ato de produzir é igualmente o ato de produzir espaço, e a produção supõe uma intermediação entre o homem e a natureza, que se dá por meio das técnicas e dos instrumentos de trabalho inventados para o exercício desse intermédio. Por conseguinte, "cada vez que o uso social do tempo muda, a organização do espaço muda igualmente." (SANTOS, 1980, p. 163).

Santos (1985) ressalta que, para analisar o espaço, é preciso fragmentar o todo espacial, e que cada elemento do espaço tem um valor diferente segundo o lugar em que se encontra. O autor (1980) afirma, portanto, que cabe ao geógrafo procurar a partir do lugar, verificar a produção/transformação do espaço geográfico, pois o lugar (particular) carrega consigo influências e determinações gerais/universais do espaço. “O que passa em um lugar depende da totalidade de lugares que constroem o espaço.” (p. 122). “O espaço total e o espaço local são aspectos de uma única e mesma realidade – a realidade total.” (p. 167).¹⁷

Objetivando explicar melhor a proposta teórico-metodológica de Milton Santos, apresentaremos alguns conceitos trabalhados pelo autor, pois a articulação destes é fundamental para a construção epistemológica. “Não cremos que seja indispensável continuar buscando um objeto geográfico em si. [...] Trata-se de formular um sistema de conceitos que dê conta do todo e das partes em sua interação.” (SANTOS, 1996, p. 63).

Apesar de centrarmos o debate conceitual no pensamento de Milton Santos, procuramos apresentar a abstração de outros autores – sobretudo geógrafos – no tocante aos conceitos trabalhados. Também abordamos os conceitos de *território* e de *territorialidade*, onde nos apoiamos em (1995 e 2004), Souza (1995), e Saquet (2003 e 2005).

2.1. Globalização e Lugar

Milton Santos procura relacionar o local e o global de forma conjunta, e considerando também a influência dos subespaços, ou seja, de outras escalas geográficas¹⁸. O autor atribui grande importância ao *lugar* como categoria de análise geográfica, entendendo que o local carrega consigo manifestações de outras escalas geográficas, que chegam até a escala global. Contudo, apesar de ser construído sob influência de forças exógenas, e de fazer parte da totalidade, cada lugar possui suas particularidades, sejam elas naturais, socioculturais, econômicas, políticas ou históricas. São esses elementos particulares dos lugares que relativizam a entrada de objetos e ações exógenos, provenientes, sobretudo, das intencionalidades dos atores hegemônicos do capitalismo global.

¹⁷ Iani (1996) é outro pensador que, ao centrar sua preocupação no processo de globalização, reforça a importância dos subespaços como receptores de determinações da escala global. “Na medida em que os processos e estruturas de poder que se desenvolvem em escala global se tornam predominantes, cabe buscar sempre os significados práticos e teóricos das determinações globais, em tudo o que é local, nacional ou regional.” (p. 299).

¹⁸ “Entre o lugar e o mundo, as outras escalas são regionais, supra-regionais, nacionais e continentais.” (SANTOS, 1996, p. 287).

Para Santos, há uma *ordem universal* e uma *ordem local*¹⁹, de modo que “o mundo da globalização doentia é contrariado no lugar”. (SANTOS, 1994, p. 20). Tais conceitos pressupõem uma relação dialética entre o global e o local. Existe “uma razão global e uma razão local que em cada lugar se superpõem e, num processo dialético, tanto se associam, quanto se contrariam. É nesse sentido que o lugar defronta o mundo, mas, também, o confronta, graças a sua própria ordem.” (SANTOS, 1996, p. 267). Desta forma, “a ordem global busca impor, a todos os lugares, uma única racionalidade”, ao passo que “os lugares respondem ao mundo segundo os diversos modos de sua própria racionalidade.” (p. 272).

Essa ordem universal seria decorrente de uma racionalidade hegemônica que se universaliza com o processo de globalização contemporânea. O que é, porém, essa globalização? Como ela surge? Quais são os principais responsáveis por sua disseminação? Quais são as implicações socioespaciais desse “novo” período da história da humanidade?

2.1.1. Globalização

Durante a década de 1990, o termo *globalização* foi cristalizado tanto no meio acadêmico brasileiro, como no setor empresarial, nos meios de comunicação em massa, até chegar à sociedade de forma geral. Muito se falou de um novo período da história, caracterizado por uma “sociedade global”, ou que vivemos em uma “aldeia global”. A possibilidade de estabelecer contato – real ou virtual – com qualquer lugar ou grupo social do planeta, de adquirir e consumir produtos das áreas mais distantes, e de tornar-se um “cidadão do mundo” alterou a percepção das firmas e das pessoas, e, conseqüentemente, alterou o modo de agir destas, desencadeando várias conseqüências na produção e no consumo do espaço geográfico.

Ao discorrer sobre a globalização, urge inicialmente associar o processo de globalização contemporânea à esfera da economia e da política, e, conseqüentemente, ao sistema capitalista, pois o principal elemento motivador da globalização é a expansão da territorialização do capital, tanto nos países centrais, mas principalmente em áreas pouco “desenvolvidas”, como os países periféricos já vinculados ao capitalismo, e aqueles países que foram socialistas até a década de 1990, mas que, com o fim da guerra fria, com a queda do muro de Berlim e com a dissolução da União Soviética, passaram a abrir suas economias ao livre mercado.

Segundo Iani (1996, p. 240), “na medida em que se globaliza, o capitalismo tanto abre novas fronteiras de expansão como recria espaços nos quais já estava presente. [...] A globalização do mundo expressa um novo ciclo de expansão do capitalismo, como modo de produção e processo civilizatório de alcance mundial.” (p. 11).

¹⁹ Essa ordem universal é também denominada *razão global*, enquanto a ordem local corresponderia à *razão*

Chesnais (1996) entende que a globalização não altera – e até intensifica – a desigualdade social do sistema capitalista, pois ela carrega consigo a concentração de capitais. As contradições e as desigualdades, inerentes ao desenvolvimento do capitalismo como modo produtivo, não desaparecem. Poucos se tornam ricos ou enriquecem mais, enquanto muitos empobrecem.

Apesar de o processo de globalização ter seu motor em objetivos macroeconômicos, questões geopolíticas relacionadas à queda do socialismo abriram caminho para a universalização do capital como processo civilizatório (IANI, 1996). A ampliação do capitalismo no mundo é decorrente da transnacionalização do capital, facilitada pela dissolução do socialismo, dissolução que possibilitou a hegemonia mundial do capitalismo (SCHIFFER, 2002). Conseqüentemente, aumenta o poder dos Estados Unidos como potência econômica do capitalismo global.

No plano geopolítico, a globalização caracteriza-se, portanto, como uma estratégia de dominação do mundo por parte dos países centrais, sobretudo por parte daqueles que compõem a Tríade (EUA, Japão e Europa) formada após a Segunda Guerra Mundial e liderada pelos Estados Unidos. Na visão de Amin (2001), objetiva-se um mundo unipolar calcado na ditadura do capital e no domínio militar norte-americano.

Nos dias atuais, é possível identificar facilmente esta estratégia, já cristalizada no plano econômico por meio da globalização da economia e do mercado global, e em andamento no plano geopolítico, através do ímpeto norte-americano em iniciar guerras questionáveis, como no Afeganistão e no Iraque, e em criar embargos econômicos e ameaçar outros países que não sigam suas determinações geopolíticas, como Irã, Cuba, Coreia do Norte, Venezuela e Colômbia.

Assim como Iani e Chesnais, Sunkel (2001) também concorda com a idéia de que a globalização corresponde a uma fase notável de aceleração e de ampliação do processo de expansão do capitalismo. Candiotti e Saquet (2000, p. 71) também relacionam a globalização com uma nova etapa do modo de produção capitalista:

A globalização é, ao nosso ver, um momento inerente ao processo de expansão do capitalismo; é resultado de um salto, ou de saltos, quantificativos, onde o *velho* não é suprimido, mas superado, a partir da aceleração no movimento de rotação do capital a nível mundial. Movimento em cuja base estão as inovações técnico-científicas subordinadas aos interesses do capital.

Com a globalização, “o desenvolvimento do modo capitalista de produção adquire outro impulso, com base em novas tecnologias, criação de novos produtos, recriação da Divisão Internacional do Trabalho e mundialização dos mercados.” (IANI, 1996, p. 14). Paradoxalmente, modifica-se a configuração do espaço geográfico, afetando de forma interdependente as técnicas, a economia, a política, a cultura e o meio ambiente. Sunkel (2001) destaca o transporte aéreo, as corporações transnacionais, e a revolução nas

comunicações e na informática, como aspectos impulsionadores da globalização contemporânea.

Benko (2002a) coloca a globalização dentro de um contexto maior, denominado mundialização, a um ponto em que a globalização corresponderia à terceira etapa do processo de mundialização. Benko é enfático, ao colocar que a mundialização é desordenada, mal regulada e aumenta os riscos de exclusão social em todos os países, de modo que eficácia econômica e justiça social deverão ser repensadas. Para o autor (2002a), o processo de mundialização cobre três etapas, intimamente vinculadas a fenômenos econômicos e a avanços técnicos: 1) a internacionalização – vinculada ao desenvolvimento dos fluxos de exportação; 2) a transnacionalização – ligada aos fluxos de investimento e à implantação de firmas em diversos países periféricos/estrangeiros; 3) a globalização – ligada à instalação das sedes mundiais de produção e de informação.

Já Ramonet (1999) parece usar o termo mundialização como sinônimo de globalização, porém também reforça a variável econômica no processo. Para ele, a dinâmica dominante é a mundialização da economia, que se baseia na ideologia de que só é possível uma única política econômica; e de que os critérios do mercado e do neoliberalismo (competitividade, produtividade, livre-comércio, rentabilidade) permitem a uma sociedade sobreviver em um planeta que se tornou selva de concorrência. Na visão do autor (1999), a situação contemporânea se caracteriza por uma tríplice revolução: - tecnológica: substituição do cérebro pelo computador, acelerada pelas novas redes de telecomunicações; - econômica: mundialização das economias em decorrência das exigências de livre-comércio / domínio do setor financeiro; - sociológica: crise do conceito tradicional de poder, ancorado no poder político. A democracia perde credibilidade porque os cidadãos não podem intervir na economia.

Essa tríplice revolução é acompanhada por mudança de paradigmas, onde o progresso e a máquina são substituídos pelos paradigmas da comunicação e do mercado. Para Santos (1996, p. 163), “agora, tudo se mundializa: a produção, o produto, o dinheiro, o crédito, a dívida, o consumo, a política e a cultura. Esse conjunto de mundializações, cada qual sustentado, arrastando, ajudando a impor a outra, merece o nome de globalização.”

Percebe-se que, enquanto Benko (2002a e 2002b) entende a globalização como uma parte do processo de mundialização, Santos (1996) afirma que o conjunto de mundializações conduz à globalização. Apesar de abordagens distintas sobre os termos globalização e mundialização, - influenciadas pela própria semântica das palavras conforme o idioma –, optamos por utilizar o termo globalização como algo mais amplo que a mundialização, conforme a perspectiva de Milton Santos. Percebemos, contudo, que os dois termos apresentam semelhanças. Cabe a ressalva de que, ao usarmos o termo globalização, estamos considerando as causas e as conseqüências dos aspectos

econômicos, técnicos, geopolíticos e socioespaciais de forma interdependente e, na medida do possível, integrada.

Entendendo que a globalização está ligada à expansão do capitalismo, e que tem na tecnologia, sobretudo nas redes de comunicações (informação) e transportes, seu instrumento de disseminação e cristalização, fica claro que os agentes hegemônicos do capital constituem-se nos atores mais importantes desse processo, pois detêm o controle das tecnologias de ponta. Para Rattner (1994, p. 103), “os agentes mais atuantes e poderosos desta fase da economia mundial são as corporações e conglomerados transnacionais.”

Cabe ressaltar que essas corporações globais são firmas com controle nos países centrais, e interesses vinculados à manutenção do domínio geopolítico dos governos da Tríade. Por outro lado, os próprios governos dos países da Tríade representam os interesses das firmas globais, demonstrando o vínculo existente entre poder político e poder econômico.

Iani (2002) alerta que a transnacionalização corresponderia à última fase do fordismo, que, por sua vez, passa por uma crise econômica, social e cultural. Devido a essa crise do fordismo, este passa a combinar-se com ou passa a ser substituído pela flexibilização dos processos de trabalho e produção, flexibilização essa voltada às novas exigências do mercado mundial, que combina produtividade, capacidade de inovação e competitividade.

Para Benko (2002a), a partir do começo dos anos 1970 ocorre a organização do sistema de capital financeiro, crucial para a globalização contemporânea. Com a emergência do capital financeiro, a “finança se torna global, constituindo a principal alavanca das atividades econômicas internacionais, mediante os processos conjugados de multinacionalização e transnacionalização.” (SANTOS, 1996, p. 165). Santos mostra como o capital financeiro predomina sobre a produção material, pois cada vez que se troca um dólar de mercadoria, trocam-se quarenta no mercado financeiro²⁰. Pochman (2001) ressaltava que as empresas multinacionais transformaram-se em corporações transnacionais, com capacidade de ter o mundo como espaço de investimento e produção, provocando a reorganização do processo produtivo.

Tal reorganização também é flexível, pois as corporações transnacionais abrem e fecham suas plantas produtivas conforme as oportunidades lucrativas. Assim, essas firmas não apresentam vínculo ou preocupação com os lugares onde se instalam, de modo que a decisão de sair de determinado país, região ou cidade, é determinada pelos seus rendimentos financeiros, ignorando as consequências socioespaciais desse

²⁰ O mais forte dentre os poderes privados que tendem a regular os setores essenciais da vida internacional é provavelmente o setor financeiro (bancos, sociedades de investimento, companhias de seguro e cambistas) e notadamente o setor bancário, que assegura o essencial dos empréstimos internacionais e

processo. Nesse sentido, além de possuir cada vez mais capital e poder, as corporações transnacionais produzem o espaço e o território de forma totalmente descompromissada com os interesses sociais, pois visam somente seus lucros, tornando o capital extremamente volátil, sobretudo nos países periféricos.

Além da presença/atuação física das corporações transnacionais pelo mundo, estas acumulam riqueza e conquistam lucros e influência sobre os mais diversos territórios, mesmo não estando fixadas nestes. Através de fluxos, como as redes de comunicação e informação, é possível divulgar seus produtos e serviços, comercializá-los, efetuar negócios e transações, etc.

Beneficiadas pelos organismos internacionais, como o Fundo Monetário Internacional (FMI), o Banco Mundial (BIRD) e a Organização Mundial do Comércio (OMC), as corporações transnacionais, geralmente com comando nos países centrais, vão se instalando em áreas estratégicas dos países periféricos, mantendo a exploração e o domínio sobre estes²¹.

Por conseguinte, os países periféricos e semiperiféricos, no intuito de atrair as corporações transnacionais, aceitam o programa de agências multilaterais como FMI e BID (Banco Interamericano de Desenvolvimento), que acabam provocando o rebaixamento do custo do trabalho e a desregulamentação dos mercados de trabalho. Além da piora na distribuição de renda, não há garantias da permanência das corporações transnacionais na localidade (POCHMAN, 2001).

Assim, governos e empresas, setores públicos e privados, agem de acordo com os movimentos do capital orquestrados principalmente pelas transnacionais (IANI, 2002). Esse movimento modifica territórios, territorialidades e lugares, pois faz do espaço mundial um grande tabuleiro para jogos de especulação e para busca de lucros intermináveis.

São justamente essas corporações transnacionais as maiores interessadas em consolidar um mercado livre global que permita a circulação e a aquisição de mercadorias (materiais e simbólicas) em todos os países. “A essência do processo de globalização é a ampliação, a intensificação e o aprofundamento da economia de mercado” (SUNKEL, 2001, p. 276).

Sabendo que a defesa do mercado global é uma das marcas da globalização e uma das estratégias de domínio das corporações transnacionais, discorreremos sobre a idéia de um mercado global, idéia que, por sua vez, é impulsionada por políticas de cunho neoliberal.

desempenha, nos domínios monetário e financeiro, um papel ainda mais importante que o do FMI. (BADIE & SMOUTS, 1992, apud SANTOS, 1996, p. 167).

2.1.1.1. Mercado global e neoliberalismo

O chamado livre mercado global é regulado pelo capital financeiro internacional e dominado pelas corporações transnacionais, corporações que, para Sunkel (2001, p. 282), observam “todas as oportunidades de lucro em qualquer parte do mundo”. Santos (1996) considera que o mercado global é o campo de ação do que denomina mais-valia universal.

O discurso do livre mercado global é disseminado pelas corporações transnacionais e outras firmas subsidiárias, pois interessa a elas propagar ideais neoliberais tais como a competitividade, a redução do papel do Estado e o crescimento econômico ilimitado. Tais ideais estão vinculados a discursos de defesa da democracia, porém a democracia propagada pelos agentes hegemônicos do capital não é aquela democracia que busca o entendimento entre visões diferentes e o atendimento às necessidades básicas da sociedade, mas, sim, a democracia da produção e do consumo, ou seja, do mercado.

Na visão de Milton Santos (2002), a versão política dessa globalização é a democracia do mercado. Mercado das coisas, inclusive a natureza; mercado das idéias, inclusive a ciência e a informação; mercado político. O neoliberalismo seria o outro braço dessa globalização perversa, e, em nossa opinião, corresponde à versão ideológica da globalização.

Santos (1994) entende que a idéia do livre mercado global mascara a verdadeira face tirânica do mercado, onde o discurso da competitividade toma lugar ao do desenvolvimento. “A competitividade é um outro nome para a guerra, desta vez uma guerra planetária, conduzida, na prática pelas multinacionais, as chancelarias, a burocracia internacional” (p. 19).

Para o autor (1996, p. 177), “não é a técnica que exige aos países, às empresas, aos lugares serem competitivos, mas a política produzida pelos atores globais, isto é, empresas globais, bancos globais, instituições globais”. Essa afirmação demonstra como determinadas ações macroestruturais, provenientes das intencionalidades dos agentes hegemônicos do capital, são disseminadas e incorporadas em subespaços como os países, Estados, municípios e lugares. Como consequência para o espaço geográfico, “a competitividade faz com que equipamentos e lugares se tornem rapidamente envelhecidos e sejam declarados incapazes ou insuficientes para fornecer novos esforços úteis”. Essa “*incapacidade*” justifica a substituição de objetos e ações “*ultrapassados*”, por inovações científicas e técnicas, ampliando assim a produção e o consumo de mercadorias. Por conseguinte, “a possibilidade atual de mundialização de um grande número de ações acarreta, para muitos lugares, o problema da superposição

²¹ Segundo Clague (1997 apud Arbix e Zalbovicius, 2001, p. 59), a partir de 1970, o FMI passou a associar desempenho econômico de ponta à existência de “mercados competitivos, direitos contratuais e de propriedade protegidos, estabilidade macroeconômica e serviços públicos eficientes”.

neles, de ações com escalas diversas, portadoras de contextos com diversa abrangência geográfica e força ativa (ou reativa) diversa” (SANTOS, 1996, p. 179).

Desta forma, as ações das firmas globais são disseminadas em todos os lugares do mundo, superpondo-se aos objetos e às ações endógenas desses lugares, bem como às ações determinadas pelos Estados nacionais e pelas outras instituições de atuação nacional ou regional. Certamente essas ações se materializarão através de objetos técnicos, hábitos e normas, que, por sua vez, transformarão a configuração dos lugares, territórios e do espaço geográfico.

Para Iani (1996, p. 79), “enquanto o liberalismo baseava-se no princípio da soberania nacional, ou ao menos tomava-o como parâmetro, o neoliberalismo passa por cima dele, deslocando as possibilidades de soberania para as organizações, corporações e outras entidades de âmbito global.”²² O FMI, o Banco Mundial (BIRD) e a OMC seriam os guardiões do neoliberalismo e da economia global.

Sunkel (2001) vê o discurso neoliberal como único e dominante, onde a democracia liberal se impõe no âmbito político e o sistema de mercado se impõe no âmbito econômico. “O ideal de um Estado mínimo e de um mercado máximo, assim como a identificação da globalização e do neoliberalismo com modernização, progresso e desenvolvimento, é uma armadilha ideológica perigosa” (p. 270).

No neoliberalismo, o mercado – dominado pelas corporações transnacionais – busca reduzir o papel do Estado através de privatizações de empresas estatais, enxugamento da máquina pública e ampliação da territorialização do capital financeiro internacional. As funções inerentes ao Estado, como saúde, educação, habitação, entre outras, ao passarem para o controle do mercado, deixam de beneficiar aqueles que não podem pagar, pois o mercado é movido pelo lucro, não tendo nenhuma obrigação social, ao contrário do Estado, que, teoricamente, tem o dever de governar para a coletividade.

Ortega e López (1994, p. 179) também tecem críticas às conseqüências do neoliberalismo na América Latina.

A política neoliberal imposta no mercado de trabalho pelo FMI e o Banco Mundial, com seus postulados de privatização, Estado subsidiário, abertura comercial total e liberdade de mercado, estendeu uma nova malha de desequilíbrios econômicos e sociais sobre os habitantes da região sem conseguir deter o avanço da pobreza.

Frente o fortalecimento do mercado, os Estados vão se tornando impotentes e submissos aos interesses das corporações transnacionais, pois, com as privatizações, com a força do capital financeiro e com as exigências de órgãos internacionais como o FMI e o Banco Mundial, os governos nacionais vão perdendo sua soberania e ficando cada vez mais dependentes das determinações do especulativo mercado global. “[...]”

²² O neoliberalismo revela como se desenvolve a globalização pelo alto, ou de cima para baixo. Sempre privilegia a propriedade privada, a grande corporação, o mercado livre de restrições políticas, sociais ou

como resultado da globalização da economia, o espaço nacional é organizado para servir às grandes empresas hegemônicas e paga por isso um preço, tornando-se fragmentado, incoerente, anárquico para todos os demais atores” (SANTOS E SILVEIRA, 2001, p. 258). Gonçalves (1992) também enfatiza a perda de poder do Estado frente o capital financeiro, pois o Estado não tem conseguido acompanhar a dinâmica do mercado financeiro, que está nas mãos de empresas privadas.

Desse modo, o discurso ideológico do neoliberalismo ganha impulso, em detrimento da soberania e da autonomia dos Estados nacionais, que eram, até então, os atores sociais de maior expressão, tanto no plano político como no econômico²³. A pressão das empresas transnacionais frente aos Estados nacionais é também destacada por Rattner (1994, p. 103/104):

A globalização em curso é comandada por e realiza-se no interesse das corporações e conglomerados transnacionais, que exigem a privatização das empresas públicas, a desregulação, a eliminação das tarifas alfandegárias e a liberação total dos fluxos de comércio e investimentos, criando assim obstáculos à atuação do poder público, no esforço de planejar e executar estratégias alternativas de desenvolvimento, em escala nacional ou regional.

Cabe, contudo, ressaltar que essas corporações transnacionais são, em grande parte, controladas por agentes sociais dos países centrais, que atuam para a manutenção da hegemonia econômica, técnica e política desses países de capitalismo avançado. Dreifuss (1996) esclarece que os agentes produtivos responsáveis diretamente pela *globalização produtiva* são em torno de 40.000 grupos transnacionais oriundos de 38 países, sendo que, desses, 90% se localizam nos países centrais.

Santos (1997) ressalta que o poder das firmas é econômico, mas também político. Esse domínio das firmas globais afeta e reestrutura a divisão internacional do trabalho, porém continua mantendo a dependência dos países periféricos em relação aos do centro do capitalismo. Benko (2002b) reforça a informação de que a divisão internacional do trabalho é determinada por companhias transnacionais que operam em vários países.

Para Santos (1996, p. 105), a divisão do trabalho é uma condicionante da produção do espaço geográfico, pois ela “atribui, a cada movimento, um novo conteúdo e uma nova função aos lugares.” É preciso, contudo, considerar que diferentes divisões do trabalho são sobrepostas num mesmo momento histórico, desencadeando uma relação intrínseca entre trabalho vivo e trabalho morto. “O trabalho morto, na forma de meio ambiente construído, tem um papel fundamental na repartição do trabalho vivo. Aliás, as feições naturais do território têm ainda hoje, influência sobre a maneira como se dá a divisão do trabalho.” (p. 112).

culturais, a tecnificação crescente e generalizada dos processos de trabalho e produção, a produtividade e a lucratividade. (IANI, 1996, p. 283).

²³ As corporações transnacionais são atores ativos, enquanto os Estados nacionais são receptores passivos das mercadorias produzidas por intermédio dos sistemas globais de produção. (IANI, 1996, p. 57).

Ao remeter-se à distribuição espacial das divisões do trabalho e a suas diferentes implicações nos lugares, Santos (1996) prefere usar o conceito de *divisão territorial do trabalho* (DTT). Um aspecto diferencial da divisão territorial do trabalho é justamente a consideração das formas herdadas, sejam elas provenientes da natureza ou da técnica. “O processo social está sempre deixando heranças que acabam constituindo uma condição para novas etapas.” (p. 113). A divisão social do trabalho não pode ser explicada, portanto, sem a explicação da divisão territorial do trabalho, que depende, ela própria, das formas geográficas herdadas, chamadas por Santos de rugosidades. A DTT “[...] cria uma hierarquia entre lugares e, segundo a sua distribuição espacial, redefine a capacidade de agir de pessoas, firmas e instituições” (p. 108).

Na visão de Carlos (2002, p. 192),

O aprofundamento da divisão social e espacial do trabalho busca uma nova racionalidade, uma lógica subjacente pelo emprego do saber e da técnica, da supremacia de um poder político que tende a homogeneizar o espaço através do controle, da vigilância, apoiado pela mídia que reproduz uma realidade vivida e imposta através da utopia e da tecnologia que tende a programar e simular o futuro.

Após o resgate das posições de alguns autores, podemos afirmar que os elementos fundamentais para efetivar a globalização estão ligados à transnacionalização de firmas (empresas, conglomerados e corporações); a sua política de pressão pela liberalização do mercado global, inspirada pela ideologia do neoliberalismo; à lógica de especulação do capital financeiro; à perda de poder econômico e político dos Estados nacionais; e, principalmente, aos avanços da ciência e das técnicas na segunda metade do século XX, refletidos no fortalecimento e na expansão das tecnologias. Por sua vez, as técnicas dinamizaram a circulação de pessoas, mercadorias e informações, e modificaram a divisão internacional do trabalho, a dinâmica econômica, as relações sociais, os valores culturais, e, conseqüentemente, a produção e o consumo do espaço geográfico.

Na citação acima, Carlos ressalta o papel da mídia na manipulação da realidade e sua influência na sociedade. No sentido de aprofundar um pouco essas questões, procuramos explanar sobre a força da mercadoria, do consumo e da mídia.

2.1.1.2. Mercadoria, consumo e mídia

Ana Fani Carlos (2002) chama a atenção para a racionalidade imposta pelo meio técnico-científico-informacional, racionalidade disseminada pelas firmas globais e incorporada nas políticas públicas de governos dos países centrais e periféricos. Não obstante, a principal forma de disseminar o discurso em favor da globalização e do neoliberalismo encontra-se nas estratégias da mídia, que cria todo um imaginário favorável ao consumismo, ao individualismo, ao empreendedorismo e à competitividade,

através de *sites* da internet, de programas de televisão e de rádio, de jornais, de revistas, etc.

Carlos (1994) demonstra que o espaço também se torna uma mercadoria como outra qualquer, e, em função da apropriação privada, é comprado e vendido aos pedaços. “Mundializado, o espaço fragmenta-se através de formas de apropriação para o trabalho, para o lazer, para o morar, para o consumo, etc.” (p. 306). Na mesma linha de raciocínio, Gonçalves (1992) aponta que o espaço como um todo se inscreve na lógica mercantil.

Essa fragmentação e mercantilização do espaço conduzem ao processo de segregação socioespacial, onde os lugares mais atraentes e desejados são usufruídos somente por aqueles que detêm capital para pagar pelo uso ou pela posse destes. A grande maioria das pessoas passa a desejar, contudo, aqueles lugares mais divulgados pela mídia, seja para morar, para se divertir ou para trabalhar. Essa padronização dos desejos e das expectativas condicionada pelo *marketing* e pela mídia e a conseqüente exacerbação do consumo são aspectos apontados por Carlos (2002) e Gonçalves (1992).

Através da mídia, os ideais da globalização penetram no imaginário da sociedade e cristalizam-se na busca incessante de cada indivíduo por dinheiro e, conseqüentemente, pelas mais diversas mercadorias que este quiser adquirir. Segundo Iani (1996), “a globalização revoluciona relações de produção e modos de vida em todos os lugares” (p. 44) e, com a globalização, “o consumismo se generaliza e intensifica, transfigurando expectativas e comportamentos” (p. 241).

Ramonet (1999) diz estarmos vivendo a era da alienação da “cultura global”, impulsionada pelo poder dos meios de comunicação de massa, em plena expansão a partir da explosão tecnológica²⁴. Harvey (1989) enfatiza a forte influência da mídia na manipulação do gosto e da opinião, cruciais para o crescimento e para domínio do capitalismo. Ribeiro (1994) também aponta para a emissão de novos códigos comportamentais através da mídia.

Lucrécia Ferrara (1994) aborda a influência da mídia na percepção e na cultura popular, levando à construção do que chama globalização do imaginário, e destaca o poder da televisão no Brasil. Ferrara (2002) parte do pressuposto de que a globalização do mundo é uma contradição, pois “globaliza-se a partir de uma estratégia que emana de um centro de decisão econômico, o que supõe considerar” que não é o mundo que se globaliza, mas apenas “uma parte privilegiada dele” (p. 48). Como a globalização se efetiva de formas heterogêneas no espaço geográfico, a autora considera que a

²⁴ Ao referir-se às estratégias de alienação da mídia, Ramonet (1999) aponta que “novos e sedutores *ópios das massas* propõem uma espécie de *melhor dos mundos*, distraem os cidadãos e desviam-nos da ação cívica e reivindicativa.” (p. 150). Além da cultura, outros “campos que, durante muito tempo, estiveram à margem do mercado”, como o “esporte, religião, morte, amor, estão sendo inteiramente invadidos pelas suas leis da mercantilização generalizada.” (p. 152).

percepção da sociedade sobre uma padronização econômica e cultural ocorre em função da *globalização do imaginário*²⁵.

Iani (1996) usa o conceito de *globalismo* para referir-se a algo mais amplo que a globalização, pois entende que o globalismo envolve a dimensão econômica, cultural, política e ambiental, enquanto o termo globalização é restrito à esfera da economia. O globalismo corresponde a outro ciclo da história, mais universal que outros. “As configurações e os movimentos do globalismo são realidades sociais, econômicas, políticas e culturais que emergem e dinamizam-se com a globalização do mundo, ou a formação da sociedade global.” (p. 236). A globalização da economia permite, portanto, o surgimento do globalismo, que modifica a percepção das sociedades, e, a médio e longo prazo, pode apontar para uma convivência mais harmoniosa entre as diversas etnias e classes sociais do mundo.

Na visão de Iani, os reflexos socioculturais decorrentes da globalização da economia, traduzidos no conceito de globalismo, poderiam conduzir a humanidade a uma evolução social, a partir da incorporação de valores como o respeito, a solidariedade e o altruísmo. Todavia, análises de autores como Santos, Harvey, Carlos, Rattner, Sunkel, indicam que as recentes conseqüências socioespaciais da globalização da economia são mais perversas do que promissoras, sendo visíveis através do aumento das desigualdades sociais, da pobreza e da miséria, do fortalecimento do militarismo, e do predomínio de valores consumistas e individualistas.

Apesar de considerarmos salutar a proposta de Iani (1996) no que tange ao *dever* do globalismo, concordamos com aqueles que questionam e relativizam os propagados benefícios da globalização, pois, ao analisarmos as implicações da globalização até o momento, fica difícil acreditar que esta conduzirá a humanidade a um salto qualitativo em sua evolução. Ademais, não estaremos utilizando o termo globalismo, de modo que optamos por utilizar o termo globalização para nos referirmos tanto aos aspectos econômicos como aos políticos, culturais e ambientais decorrentes desse novo momento onde predomina o meio técnico-científico-informacional.

Após explanarmos sobre a globalização e suas causas, fica claro como esse fenômeno desencadeia uma série de transformações nos lugares, nos territórios e, conseqüentemente, no espaço geográfico. Não obstante, o tema globalização vem permeando grande parte das pesquisas em Geografia. Ao centrar sua análise na escala local, regional, estadual ou nacional, o geógrafo não pode deixar de estabelecer as relações destas com elementos decorrentes do processo de globalização.

²⁵ Na globalização do imaginário, “desconsidera-se a variedade territorial e a multiplicidade dos espaços, para admitir o engano de que todos os lugares são iguais porque, em todos, se encontram as mesmas imagens que se espalham nos serviços e aparência dos espaços, notadamente urbanos.” (p. 49). Assim, a globalização do imaginário é similar ao conceito de psicofera de Santos (1996).

Apesar da força da globalização na produção do espaço geográfico, já vimos que Santos (1996) atribui ao lugar um papel central na interpretação das transformações espaciais, pois entende que o lugar é o receptáculo de objetos e ações, que podem ser globais, nacionais, regionais ou mesmo locais. Apreender o lugar, permitiria, portanto, ao geógrafo considerar os reflexos de ações globais e de outras escalas, pois o universal se manifesta concretamente no particular. Além disso, considerando que a razão local influencia a penetração da razão global, o lugar tem um papel fundamental na cristalização de determinações exógenas, pois os atores endógenos são aqueles que irão receber, incorporar, resistir e até negar tais determinações.

2.1.2. A relevância do lugar para apreender a totalidade

Sabendo que a globalização influencia sobremaneira a dinâmica socioespacial dos lugares, e que os eventos, as ações e os objetos se materializam nos lugares de formas variadas, segundo as situações já existentes nesses lugares, Milton Santos atribui relevância ao lugar como categoria de análise da Geografia.

Para o autor, os lugares reproduzem o país e o mundo segundo uma ordem unitária que cria a diversidade, pois as determinações do todo se dão de forma diferente para cada lugar. “A cada momento, cada lugar recebe determinados vetores e deixa de acolher muitos outros. É assim que se forma e mantém a sua individualidade. O movimento do espaço é resultante deste movimento dos lugares.” (SANTOS, 1996, p. 133). “A história concreta do nosso tempo repõe a questão do lugar numa posição central, conforme, aliás, assinalado por diversos geógrafos.” (p. 252).

O lugar é, pois, o resultado de ações multilaterais que se realizam em tempos desiguais sobre cada um e em todos os pontos da superfície terrestre. Daí porque os fundamentos de uma teoria que deseje explicar as localizações específicas deve levar em conta as ações do presente e do passado, locais e extralocais. O lugar assegura assim a unidade do contínuo e do descontínuo, o que a um tempo possibilita sua evolução e também lhe assegura uma estrutura concreta inconfundível. [...] Cada lugar é, a cada momento, um sistema espacial, seja qual for a “idade” dos seus elementos e a ordem em que se instalaram. Sendo total, o espaço é também pontual. (SANTOS, 1980, p. 211).

Além da ênfase ao lugar como categoria fundamental para análises geográficas concretas sobre o espaço, do ponto de vista metodológico, Santos busca, a partir do lugar, apreender a totalidade de determinado *evento*. “O desafio está em separar da realidade total um campo particular, suscetível de mostrar-se autônomo, e que, ao mesmo tempo, permaneça integrado nessa realidade total.” (SANTOS, 1996, p. 20). Esse campo particular seria o *evento*, que, apesar de se manifestar concretamente em determinado lugar, apresenta uma origem global.

Na mesma linha de Santos, Maria Laura Silveira (1994) aponta que, a partir das transformações contemporâneas, o dado empírico deixa de ser um momento explicado a

priori pela totalidade, para ser o eixo da nova epistemologia. Nesse sentido, a realização de uma possibilidade da totalidade é o evento, que se manifesta de forma concreta nos lugares, ao passo que a totalidade concreta é a trama dos eventos.

Cada evento é uma totalidade parcial que, no processo de totalização, vai se fazendo o todo. Mas o evento não tem autonomia de significação, ele retira seu significado da trama. Portanto, a partir dessa concepção da realidade não é possível falar em fragmentação, senão ao nível da aparência empírica. (SILVEIRA, 1994, p. 203).

Os eventos são decorrentes das ações, e contribuem para o exercício da periodização, ou seja, para empiricizar o tempo. A noção de evento pode representar uma contribuição da Geografia à formulação de uma teoria social, pois “é através do evento que podemos rever a constituição atual de cada lugar e a evolução conjunta dos diversos lugares, um resultado da mudança paralela da sociedade e do espaço.” (SANTOS, 1996, p. 124).

Assim como Santos (1996), Silveira (1994) entende que os eventos passam a ser o objeto que identifica o trabalho acadêmico do geógrafo, e que apreender um evento implica estabelecer as relações regionais, nacionais, globais e de outras escalas, manifestadas no lugar, por meio de objetos e ações que produzem o espaço geográfico. “O método não pretende conhecer todos os aspectos da realidade, atingir um *quadro total*, mas o que se busca é entender o evento como um momento do todo.” (p. 203). “O lugar não é um fragmento, é a própria totalidade em movimento que, através do evento, se afirma e se nega, modelando um subespaço global.” (p. 204).

Ao mesmo tempo em que o evento se manifesta em um lugar, as possibilidades deste são, portanto, limitadas conforme a dinâmica socioespacial local, ou, como diria Santos (1996), pela *ordem local*, fazendo com que os fenômenos universais se cristalizem de formas diferentes conforme o lugar que os recebe. Por conseguinte, identificar um evento e procurar apreendê-lo no lugar permite ao geógrafo considerar a influência de fenômenos de outras escalas espaciais nesse lugar, e, por conseguinte, apreender aspectos universais.

Silveira (1994) chama a atenção para ir além da descrição, para ir além da materialidade do lugar, procurando entender o significado deste, pois, como indica Santos (1996), o espaço não é apenas constituído por objetos, mas também por ações.

Santos (1980 e 1996), Silveira (1994), Santos e Silveira (2001) e Castro (1995) colocam que é no lugar que podemos apreender as diferenças entre a aplicação das técnicas, hoje globalizadas. Para Santos (1996, p. 70), “os eventos, as ações, não se geografizam indiferentemente”.

Carlos também se apóia no lugar como categoria de interpretação geográfica que permite considerar a relação com outras escalas geográficas, com destaque para a global.

O lugar se produz na articulação contraditória entre o mundial que se anuncia e a especificidade histórica do particular. [...] Enquanto parcela

do espaço, enquanto construção social, o lugar abre perspectiva para se pensar o viver e o habitar, o uso e o consumo, os processos de apropriação do espaço. Ao mesmo tempo, posto que preenchido por múltiplas coações, expõe as pressões que se exercem em todos os níveis. (CARLOS, 1994, p. 303).

Saquet (2003), ao relacionar tempo, espaço e território, não deixa de atribuir relevância ao lugar como objeto para estudos empíricos em Geografia, pois entende o lugar como receptáculo de dinâmicas gerais, que irão se materializar de formas particulares.

O lugar está intimamente ligado ao *viver* e ao *estar* no espaço, aos laços do homem com seu habitat. O lugar é a dimensão do espaço onde o universal manifesta-se, singulariza-se, é abstrato, mas também é concreto. [...] É resultado e condição dos processos sociais, dos diferentes tempos sob as articulações econômicas, políticas e culturais da *totalidade* e, por essa razão, é um território e um espaço onde se materializam diferentes modos de vida e múltiplas territorialidades e temporalidades. (p. 25).

Segundo Saquet (2003), “o espaço é local e, ao mesmo tempo, através do produto do trabalho e das redes de circulação e comunicação, é geral.” (p. 22). “Cada momento do espaço geográfico possui especificidades subordinadas à dinâmica geral da sociedade, às peculiaridades de cada lugar e ao tempo histórico.” (p. 23). Para Luchiari (2000, p. 107), “o lugar é o resultado de um feixe de relações que soma as particularidades (políticas, econômicas, sociais, culturais, ambientais) às demandas do global que o atravessa.”

Entendendo o lugar como receptor de ações e objetos, e como emissor de valores e intencionalidades, Santos (1996) procura demonstrar a atuação de forças exógenas e endógenas no lugar, destacando o papel da sociedade local na produção do espaço geográfico.

O lugar é o quadro de uma referência pragmática ao mundo, do qual lhe vem solicitações e ordens precisas de ações condicionadas, mas é também o teatro insubstituível das paixões humanas, responsáveis, através da ação comunicativa, pelas mais diversas manifestações da espontaneidade e da criatividade. (p. 258).

As abordagens que buscam inter-relacionar aspectos exógenos e endógenos são bastante peculiares para as pesquisas em Geografia²⁶, pois o espaço é decorrente de objetos e ações, e que, apesar de estarem materializados em localidades específicas (no lugar), são influenciados por lógicas macroestruturais do modo de produção capitalista, e por outras lógicas (nacionais, estaduais, regionais, etc.), lógicas que, por sua vez, estão condicionadas à racionalidade hegemônica do capitalismo global. Buscando diferenciar

²⁶ Machado (2000) busca em sua tese estabelecer os nexos entre o local e o global com base em Milton Santos, destacando determinações da escala nacional, através da categoria “Formação Social e Econômica”. Swingedouw (1997) também trabalha o local e o global numa perspectiva integrada, de modo que propõe o termo “glocal”. Benko (1994) também usa o termo glocalidade.

as ações dos atores exógenos ao lugar, das ações dos atores endógenos, Santos (1996) utiliza os conceitos de *verticalidades* e *horizontalidades*.

2.2. Verticalidades e horizontalidades

Para Milton Santos, a racionalidade hegemônica global²⁷ se apresenta como uma ideologia comandada pelos atores hegemônicos do capitalismo, sobretudo as macroempresas. Essa racionalidade é transmitida para a sociedade através das verticalidades, que se espacializam no território como um conjunto de pontos formando um espaço de fluxos, e que estão profundamente adequados às tarefas produtivas hegemônicas. Nas verticalidades predomina o tempo rápido/universal, e os interesses corporativos sobressaem-se sobre os interesses públicos²⁸.

O sistema de produção que se serve das verticalidades é constituído por redes, estas a serviço daqueles atores que, de fora da área, determinam as modalidades internas de ação nos lugares, organizando o trabalho de todos os outros atores. “As decisões essenciais, concernentes aos processos locais são estranhas ao lugar e obedecem a motivações distantes”, tendo como consequência a alienação das pessoas presentes nos lugares. (SANTOS, 2000, p. 107).

Sob essa perspectiva, a dialética no/do território se afirma mediante um controle local da parcela técnica da produção e um controle remoto (global) da parcela política da produção. Assim, há um conflito que se agrava entre um espaço local e um espaço global, este último com um conteúdo ideológico de origem distante, que chega em todos os lugares (SANTOS, 2002).

Entendendo que as redes estão a serviço dos atores hegemônicos do capital, sendo territórios das formas e normas a serviços de alguns, Milton Santos (2002) usa o conceito de espaço banal para contrapor ao conceito de redes, entendendo-o como o território de todos. “As redes constituem uma parte do espaço e o espaço de alguns. Já o espaço banal²⁹ é o espaço de todos, todo o espaço.” (p. 16). Na visão de Santos (1996), as redes estão profundamente ligadas ao poder, e “são os mais eficazes transmissores do processo de globalização a que assistimos” (p. 212), pois “são globais, e transportam o universal ao local” (p. 268)³⁰.

²⁷ Existe uma racionalidade sistêmica nas ações e nos objetos (SANTOS, 1996).

²⁸ As frações do território que constituem esse espaço de fluxos [verticalidades] constituem o reino do tempo real, subordinando-se a um relógio universal, aferido pela temporalidade globalizada das empresas hegemônicas presentes (SANTOS, 2000, p.107).

²⁹ Santos usa o conceito de espaço banal, proposto por Perroux, onde o espaço banal se constitui como oposição ao espaço econômico. O espaço banal, entendido também como espaço total, caracteriza-se por sua extensão continuada, em que os atores são considerados na sua contigüidade. Para Santos (2000), a tendência de difusão da racionalidade hegemônica faz com que o espaço banal seja residual. O fortalecimento do espaço banal seria, porém, fundamental para a emergência de mudanças profundas na organização da sociedade e do espaço.

Segundo Saquet, uma rede é

[...] resultado não apenas da relação capital-trabalho e da circulação de mercadorias, mas é fruto de relações sociais, objetiva e subjetivamente, na territorialidade cotidiana. [...] A formação de redes de circulação e de comunicação contribui para o controle *do* e *no* espaço; elas agem como elementos mediadores da re-produção do poder da classe hegemônica e interligam o local, o singular, ao global, ao universal, interferindo diretamente na territorialidade cotidiana dos indivíduos e grupos sociais. (SAQUET, 2003, p. 26).

Theotonio dos Santos (2002) também acredita que as redes servem aos interesses globais, de modo que, através do domínio das redes, domina-se a ligação entre as várias partes do mundo. “Neste mundo de redes, o local, o regional e o nacional aparecem simplesmente como um dos elementos destas redes, que penetram por todos os lados estabelecendo as relações que, do ponto de vista global, lhe interessam” (p. 75).

Por serem produzidas em rede, as verticalidades não dependem de um território físico específico para serem criadas. Contudo, as verticalidades³¹ somente se manifestam concretamente no espaço geográfico através de sua irradiação nos lugares. É no cotidiano dos lugares, no espaço banal, que as verticalidades são incorporadas e até contrapostas pela sociedade local. Assim, para Santos (2000, p. 113), a “possibilidade de cidadania plena das pessoas depende de soluções a serem buscadas localmente.”

Como contraponto às verticalidades, Milton Santos utiliza o conceito de horizontalidades, referindo-se à contigüidade dos lugares, ao espaço banal. Enquanto as verticalidades se caracterizam pela ação dos atores hegemônicos em redes, e por um tempo único (rápido), nas horizontalidades todos os agentes são implicados, e os respectivos tempos, mais rápidos ou mais vagarosos, são imbricados.

Nesse sentido, as horizontalidades correspondem ao contínuo. As verticalidades, por sua vez, são eventos separados no espaço, que asseguram, por meio de normas rígidas, o funcionamento global da sociedade e da economia. As verticalidades “aparecem como vetores da modernidade mais moderna, transportadores de uma racionalidade superior, veículos do discurso pragmático dos setores hegemônicos.” (1996, p. 105). Elas são controladas pelas macroempresas, juntamente com o apoio/subordinação dos Estados. Essas verticalidades formam um espaço de fluxos, que ordenam o espaço total (SANTOS, 2002).

Ao contrário das verticalidades, as horizontalidades carregam diversas temporalidades, e o meio geográfico tem um papel central. “As horizontalidades serão os domínios da contigüidade, daqueles lugares vizinhos reunidos por uma continuidade territorial, enquanto as verticalidades seriam formadas por pontos distantes uns dos

³⁰ Mediante as redes, há uma criação paralela e eficaz da ordem e da desordem no território, já que as redes integram e desintegram, destroem velhos recortes espaciais e criam outros (SANTOS, 1996, p. 222).

³¹ Santos (1996) cita, como exemplos de verticalidades, o comércio internacional, as demandas da grande indústria, as necessidades de abastecimento metropolitano, e as políticas públicas ditadas nas metrópoles nacionais e estrangeiras.

outros, ligados por todas as formas e processos sociais” (SANTOS, 2002, p. 16). Ocorre, contudo, que as verticalidades penetram nas horizontalidades, de modo que ambas são confrontadas no lugar.

Além das racionalidades típicas das verticalidades que as atravessam, as horizontalidades admitem a presença de outras racionalidades, denominadas contra-racionalidades. Santos (2000) acredita que as contra-racionalidades permitem a expansão da consciência. “As contra-racionalidades são formas de convivência e de regulação criadas a partir do próprio território e que se mantêm nesse território a despeito da vontade de unificação e homogeneização, característica da racionalidade hegemônica típica das verticalidades” (p. 110).

Nesse sentido, as horizontalidades “[...] podem ser o lugar da finalidade imposta de fora, de longe ou de cima” e/ou o da contrafinalidade, onde haveria um forte protagonismo da sociedade local (SANTOS, 1996, p. 105). Nas horizontalidades é possível, portanto, confrontar os valores globais hegemônicos (verticalidades) com aspectos de aceitação e/ou resistência locais.

Com a presente democracia de Mercado, o território é suporte de redes que transportam as verticalidades, isto é, regras e normas egoísticas e utilitárias (do ponto de vista dos atores hegemônicos), enquanto as horizontalidades levam em conta a totalidade dos atores e das ações. (SANTOS, 1996, p. 207).

A união vertical traz desordem às regiões, pois busca seu próprio benefício. Já a *coesão horizontal que se dá ao serviço do mercado* tende a corroer a *coesão horizontal que está a serviço da sociedade*. A eficácia dessa união vertical só sobrevive, porém, com normas rígidas, adotadas por governos nacionais e seguidas através do sacrifício da nação, como no caso do Brasil (SANTOS, 2002). Vale ressaltar a idéia de dois tipos de coesão horizontal conflitantes, sendo uma a serviço do mercado, e outra a serviço da sociedade. Quanto menos atuante e coesa for determinada sociedade, mais fácil será para o mercado predominar sobre estas horizontalidades e suprimi-las.

No uso do território, as verticalidades são mais fortes do que as horizontalidades. A força das verticalidades se dá em função das normas determinadas por firmas transnacionais e aceitas pelos governos nacionais, e das redes de circulação de informações, mercadorias e pessoas.

Apesar de concordarmos que as redes estão a serviço de uma racionalidade controlada pelos atores hegemônicos do capital, é preciso ressaltar a existência de redes contra-rationais, criadas com o objetivo de resistir às determinações da racionalidade hegemônica e fortalecer a participação social no processo de tomada de decisões.

Mesmo com o controle do meio técnico-científico-informacional pelas firmas transnacionais, pelo mercado e, mais timidamente, pelos Estados, os frutos das inovações técnicas (internet, satélites, etc.) acabam beneficiando a comunicação entre

grupos de resistência e questionamento à ordem global instaurada³². Todavia, as verticalidades e as redes, responsáveis pela disseminação da ordem global, são profundamente dependentes dos avanços da técnica. Por sua vez, a técnica é tida como principal fenômeno de produção/transformação do espaço geográfico.

2.3. A Técnica

Para Santos (1996, p. 25), “a principal forma de relação entre o homem e a natureza (meio), é dada pela técnica. Técnica é um conjunto de meios instrumentais e sociais com os quais o homem realiza sua vida, produz e, ao mesmo tempo, cria espaço.” Em virtude de sua relevância, Santos (1996) e Santos e Silveira (2001) acreditam que as técnicas se apresentam como base para uma proposta de método na Geografia. Interessa ao geógrafo, portanto, apreender o fenômeno técnico composto pela técnica, seu uso (que é político) e os objetivos do uso (intencionalidades).

A técnica deve ser vista sob um tríplice aspecto: como reveladora da produção histórica da realidade; como inspiradora de um método unitário (afastando dualismos e ambigüidades) e, finalmente, como garantia de conquista do futuro, desde que não nos deixemos ofuscar pelas técnicas particulares, e sejamos guiados, em nosso método, pelo fenômeno técnico visto filosoficamente, isto é, como um todo. (SANTOS, 1996, p. 23).

Santos (1996, p. 40) entende, portanto, que “a técnica é tempo congelado e revela uma história. [...] A técnica nos ajuda a historicizar, isto é, a considerar o espaço como fenômeno histórico a geografizar.” O autor aponta para a importância de se apreender o conjunto de técnicas, presentes e passadas, na conformação do território.

Segundo Santos (1996), há uma heterogeneidade espacial e temporal na difusão dos objetos técnicos, de modo que a aceitação das técnicas novas foi sempre relativa e incompleta, pois resulta do fator político.

Um determinado grupo social pode aceitar imediatamente uma nova técnica, enquanto outro pode ignorá-la ou resistir a ela. Mesmo assim, com a tendência de padronização cultural decorrente do processo de globalização da economia capitalista, há uma internacionalização das técnicas, de modo que diversas técnicas são rapidamente aceitas e até desejadas pelos grupos sociais. Apesar da forte influência do lugar e da sociedade local na aceitação ou não de determinada técnica, e em seu uso, Santos (1996) ressalta que a técnica é universal, porém não é universalizada.

Assim como a aceitação das técnicas é relativa segundo os grupos sociais locais, as técnicas existentes influenciam o cotidiano e a percepção das pessoas. “As técnicas participam na produção da percepção do espaço, e também da percepção do tempo, tanto por sua existência física, que marca sensações diante da velocidade, como pelo seu imaginário” (SANTOS, 1996, p. 45).

³² Alguns exemplos são as redes formadas por movimentos sociais, grupos religiosos, camponeses, etc.,

Ao remeter-se à preocupação histórica dos geógrafos em relação ao objeto de estudo da Geografia, Santos (1996, p. 37) afirma que a “questão central está em saber em que medida a noção de espaço pode contribuir à interpretação do fenômeno técnico, e, de outro lado, verificar o papel do fenômeno técnico na produção e nas transformações do espaço geográfico.”

Na visão de Santos (1996), o trabalho realizado em cada época supõe um conjunto historicamente determinado de técnicas. Nesse sentido, “a materialidade artificial pode ser datada por intermédio das técnicas: técnicas da produção, do transporte, da comunicação, do dinheiro, do controle, da política e, também, técnicas da sociabilidade e da subjetividade.” (p. 46). Essa citação demonstra que as técnicas não permeiam apenas a produção material, mas também a produção do simbólico, do imaginário. Por conseguinte, Santos apresenta uma visão abrangente sobre a técnica, demonstrando que o fenômeno técnico influencia a própria percepção das pessoas, seja através da produção material, seja por meio da manipulação de valores políticos e culturais.

Com o desenvolvimento das técnicas, ocorrem avanços no processo de produção, circulação, distribuição e consumo de mercadorias, pessoas e informações. A produção de bens, que era o motor do desenvolvimento do modo de produção capitalista, perde importância em relação a outras etapas. “Restringe-se o espaço reservado ao processo direto da produção, enquanto se alarga o espaço das outras instâncias da produção, circulação, distribuição e consumo” (SANTOS, 1996, p. 192). “A circulação prevalece sobre a produção, e detém o comando das mudanças de valor no espaço” (p. 214).

Independente de a circulação ou de a produção comandar as transformações espaciais, sabemos que a manutenção e a reprodução do capitalismo são o grande motor de produção/transformação do espaço geográfico. Como aponta Saquet (2003, p. 31), “produção, distribuição, troca e consumo são os diferentes momentos/processos do movimento de re-produção do Modo Capitalista de Produção.”

Os novos objetos e sistemas técnicos somente se efetivam com o uso de objetos, informações e técnicas já existentes no espaço. O primeiro passo para o desenvolvimento das técnicas reside na ciência, mas é o uso da técnica pela sociedade o fato determinante na sua cristalização. Tal uso geralmente está ligado à expansão das relações capitalistas e à manutenção do poder pelos atores hegemônicos.

Santos (1996) indica que a técnica deixa de ser ciência quando utilizada pela sociedade. Há uma idade científica das técnicas e, ao lado dessa idade, há uma idade histórica que seria a data em que essa técnica se incorpora na vida de uma sociedade. Nesse momento, a técnica deixa de ser ciência para ser propriamente técnica, pois esta somente existe quando utilizada.

Cada técnica pode ter sua história particular de um ponto de vista mundial, nacional ou local, porém é no lugar que a organização social e os valores culturais locais irão se contrastar com determinada técnica e, assim, definir como utilizá-la. “É o lugar que atribui às técnicas o princípio de realidade histórica” (SANTOS, 1996, p. 48). “A cada lugar geográfico concreto corresponde, em cada momento, um conjunto de técnicas e de instrumentos de trabalho, resultado de uma combinação específica que também é historicamente determinada” (p. 46).

No lugar, há uma operação simultânea de várias técnicas particulares (agrícolas, industriais, de transporte, comércio, etc.), técnicas que, por sua vez, “são manejadas por grupos sociais portadores de técnicas socioculturais diversas e se dão sobre um território que, ele próprio, em sua constituição material, é diverso, do ponto de vista técnico” (SANTOS, 1996, p. 48). Acreditamos, portanto, que enfocar o lugar como objeto de estudo do geógrafo, identificando um evento e considerando as manifestações de outras escalas geográficas na espacialização dos objetos técnicos, é um caminho pertinente para apreender o espaço geográfico.

Em virtude da relevância atribuída à técnica e de seu profundo vínculo com a ciência e a informação, Santos entende o meio geográfico contemporâneo como um meio técnico-científico-informacional.

2.3.1. O Meio Técnico-Científico-Informacional

Santos (1996) assevera que, antigamente, o social estava condicionado às leis da natureza (agricultura tradicional, estações do ano, disponibilidade de recursos), mas hoje é o “natural” que se aloja ou se refugia nos interstícios do social. Apesar de atribuímos relevância aos fenômenos da natureza, através dos eventos e das alterações físicas, químicas e biológicas que estes provocam e continuarão a provocar no planeta, concordamos com o autor em relação à idéia de que a humanidade possui um domínio total sobre o espaço geográfico, e que tal domínio se dá através das técnicas.

Esse predomínio cada vez maior dos objetos técnicos sobre os elementos da natureza, que leva à transformação das *coisas* (entendidas por Santos como elementos da natureza) em objetos, é um dos aspectos marcantes dos períodos de ruptura no meio geográfico. Para o autor, a humanidade já presenciou três grandes períodos que influenciaram sobremaneira a configuração do espaço geográfico, e “cada período técnico corresponde a uma mudança geral nas relações sociais.” (SANTOS, 1996, p. 238). O quadro a seguir sintetiza os períodos apontados por Santos e Silveira (2001).³³

³³ Para maiores informações sobre a história e evolução da técnica, ver Candiotto e Saquet (2000).

Período	Características
1º - Meio Natural	<ul style="list-style-type: none"> - Tempos lentos da natureza comandando as ações humanas (índios e europeus). - Pesca, caça e coleta. - Domesticação de plantas e animais /Agricultura incipiente. - O corpo do homem era agente de transformação. - Período pré-técnico: escassez de instrumentos artificiais.
2º - Meio Técnico	<ul style="list-style-type: none"> - Técnicas pré-máquina (<i>autômatos</i>) e técnicas da máquina. - Maior domínio do homem sobre a natureza. - Início da agricultura tecnicizada.
3º - Meio Técnico-Científico-Informacional	<ul style="list-style-type: none"> - Telecomunicações (satélite, internet). - Engenharia genética e biotecnologia. - Técnicas substituindo o papel/função da natureza.

Quadro 1 – Períodos que marcam rupturas no meio geográfico e suas características

Fonte: Santos e Silveira (2001).
Org.CANDIOTTO, L. Z. P. (2004)

Durante milênios, o meio geográfico correspondia ao meio natural ou pré-técnico. No final do século XVIII e, sobretudo, no século XIX, a mecanização do território marca o momento da criação do meio técnico, que substituiu o meio natural, e predominou durante dois a três séculos (SANTOS, 1997). Hoje, Santos (1996) considera o meio geográfico como meio técnico-científico-informacional. “A primeira presença do homem é um fator novo na diversificação da natureza, pois ela atribui às coisas um valor, acrescentando ao processo de mudança um dado social.” (p. 105). Num primeiro momento, o homem é criador, mas subordinado. “Depois, as invenções técnicas vão aumentando o poder da intervenção e a autonomia relativa do homem, ao mesmo tempo em que se vai ampliando a parte da – diversificação da natureza – socialmente construída” (p. 106).

Como consta no quadro 1, os avanços na área de telecomunicações são um marco para a consolidação do meio técnico-científico-informacional, que corresponde ao período que vivenciamos atualmente. A década de 1970 é tida como o período de universalização do meio técnico-científico-informacional, assim como a década do início da pós-modernidade trabalhada por Harvey (1989). Ambas as acepções têm relação com o processo de globalização. Para Santos e Silveira (2001), o meio técnico-científico-informacional é a expressão geográfica da globalização, enquanto para Harvey (op. cit.), a globalização é o elemento central da pós-modernidade.

Santos (1996, p. 190) aponta que o meio técnico-científico-informacional “começa praticamente após a segunda guerra mundial e, sua afirmação, incluindo os países de terceiro mundo, vai realmente dar-se nos anos 70”, de modo que “esse sistema técnico se torna comum a [...] todas as culturas, todos os sistemas políticos, todos os continentes e lugares.” (p. 153).

[...] o meio *técnico-científico-informacional* é o meio geográfico do período atual, onde os objetos mais proeminentes são elaborados a partir dos mandamentos da ciência e se servem de uma técnica informacional da qual lhes vem o alto coeficiente de intencionalidade com que servem às diversas modalidades e às diversas etapas da produção. (SANTOS, 1996, p. 187).

Acreditamos que a principal diferença entre o meio técnico e o meio técnico-científico-informacional reside no uso da ciência a serviço do desenvolvimento das técnicas e das tecnologias. Os investimentos em pesquisas científicas por parte das corporações transnacionais e de outras firmas condicionam o direcionamento da ciência em função da tecnologia e, conseqüentemente, atribuem à ciência um papel fundamental na ampliação da acumulação de capital para os agentes hegemônicos. Além disso, o próprio Estado prioriza a inovação tecnológica e a produção de uma ciência utilitarista e produtivista, ao destinar a maior parte dos recursos públicos em ciência e tecnologia para a conquista de novos mercados.

Por sua vez, essas inovações tecnológicas permitem maior rapidez na circulação de pessoas, mercadorias e informações, e, ao mesmo tempo, essa maior fluidez espacial beneficia o desenvolvimento de novas técnicas e tecnologias, gerando uma espiral de produção e consumo. Nesse sentido, a informação apresenta-se como fonte de poder, como um recurso, que se distribui de maneira desigual. Seu acesso passa a ser primordial na produção do espaço geográfico e na competição entre os lugares.

Apesar da diferença no acesso e no uso das técnicas e da informação entre os lugares, Santos (1996, p. 154) ressalta que “as técnicas atuais se difundiram universalmente, ainda que com diferente intensidade e seus efeitos se fazem sentir, direta ou indiretamente sobre a totalidade dos espaços.”

Neste período, os objetos técnicos tendem a ser ao mesmo tempo técnicos e informacionais, já que, graças à extrema intencionalidade de sua produção e de sua localização, eles já surgem como informação. [...] Essa união entre técnica e ciência vai dar-se sob a égide do mercado. E o mercado, graças exatamente à ciência e à técnica, torna-se um mercado global. (SANTOS, 1996, p. 190).

Devido ao fato de o mercado objetivar o lucro crescente de seus atores hegemônicos, e de a ciência e a técnica estarem subordinadas às lógicas do mercado global, podemos afirmar que o próprio meio técnico-científico-informacional - correspondente ao meio geográfico - vem servindo de instrumento para a manutenção do poder sobre o espaço geográfico.

Sabendo que a técnica, apesar de ser universal, atinge os lugares de forma diferenciada, Santos procura estabelecer uma distinção entre o conhecimento da técnica e seu uso. Para tanto, trabalha com os conceitos de *tecnosfera* e *psicosfera*.

2.3.2. Tecnosfera e Psicosfera

Os conceitos de tecnosfera e psicosfera apresentados por Santos (1994) auxiliam no entendimento de que não são apenas as técnicas materializadas que exercem influência no espaço, mas também o discurso e a disseminação de informações e idéias que fortalecem o fenômeno técnico como algo positivo no imaginário popular. Para o autor, tecnosfera e psicosfera formam o meio técnico-científico, e estão subordinadas aos agentes hegemônicos do capital.

“A tecno-esfera é o resultado da crescente artificialização do meio ambiente, [...] na cidade e no campo” (SANTOS, 1994, p. 17). Ela se reflete, sobretudo, na materialidade dos objetos técnicos presentes na paisagem, mas também pode ser não material, como a organização de determinado processo produtivo. “A psico-esfera é o resultado das crenças, desejos, vontades e hábitos que inspiram comportamentos filosóficos e práticos, as relações interpessoais e a comunhão com o Universo” (p. 17). Esta é fundamental para fortalecer as ideologias ligadas aos benefícios da técnica e da tecnologia, do mercado global e do neoliberalismo, e mascara-se de diversas formas (propagandas, programas de televisão, discursos políticos, etc.).

Santos (1996) entende que a tecnosfera corresponde ao mundo dos objetos, enquanto a psicosfera, à esfera da ação. “A tecnosfera se adapta aos mandamentos da produção e do intercâmbio, e desse modo, freqüentemente traduz interesses distantes.” (p. 204). Ela materializa-se no lugar, e, portanto, constitui um dado local. Já a psicosfera

[...] também faz parte desse meio ambiente, desse entorno da vida, fornecendo regras à racionalidade ou estimulando o imaginário. Ambas – tecnosfera e psicosfera – são locais, mais constituem o produto de uma sociedade bem mais ampla que o lugar. Sua inspiração e suas leis têm dimensões mais amplas e mais complexas. (p. 204).

Santos (1994) acredita que o meio técnico-científico é mais presente como psico-esfera do que como tecno-esfera, e usa o exemplo do Brasil para ilustrar essa constatação³⁴. Conseqüentemente, mesmo os lugares distantes dos grandes centros e com um desenvolvimento incipiente das técnicas – como o Norte do país – têm conhecimento sobre as inovações técnicas e os valores que estas conduzem por meio da psicosfera. Mesmo não tendo acesso a determinado objeto técnico, a população pode conhecê-lo, seja via TV, internet ou outro tipo de mídia.

Influenciados tanto pela tecno-esfera como pela psico-esfera, os territórios buscam se qualificar para facilitar o acesso e a circulação da informação. Santos (1996, p. 191), afirma que “os espaços assim requalificados atendem, sobretudo, aos interesses dos atores hegemônicos da economia, da cultura e da política e são incorporados plenamente às novas correntes mundiais.”

³⁴ Como tecno-esfera, o meio técnico-científico se dá como fenômeno contínuo na maior parte do Sudeste e do Sul, desbordando para grande parte do Mato Grosso do Sul. Como psico-esfera, ele é o domínio do país inteiro (SANTOS, 1994, p. 17).

Os próprios interesses (intencionalidades) das grandes firmas transnacionais ou globais conduzem a uma crescente especialização na produção e na circulação de objetos. Enquanto no período de predomínio do meio natural e do meio técnico a especialização produtiva dos lugares dependia dos recursos naturais disponíveis, no meio técnico-científico-informacional, essa especialização, seja no campo ou na cidade, está vinculada às condições técnicas e sociais³⁵.

Como os países de capitalismo avançado concentram o desenvolvimento das técnicas e das tecnologias de ponta, e, conseqüentemente, disseminam os objetos e ações decorrentes dessas inovações para os países de capitalismo tardio, o meio técnico-científico-informacional favorece a manutenção do poder dos países centrais em relação aos periféricos, ao mesmo tempo em que as exigências de inserção no processo de globalização dificultam o desenvolvimento dos países mais pobres.

O impacto da atual revolução científica e técnica e da globalização é mais expressivo naqueles países cuja inserção estrutural no movimento da economia internacional se deu mais recentemente. [...] O efeito destruturador da tecnologia é tanto mais brutal quanto menos implicado estiver o país em relação às inovações técnicas precedentes. Tais efeitos são sociais, econômicos, políticos, culturais, morais, e, igualmente, espaciais, geográficos, levando a uma reorganização do território. (SANTOS, 1996, p. 200).

Essa tendência de reorganização dos territórios a partir da ciência, da técnica e da informação, sob domínio da lógica do mercado capitalista globalizado, desencadeia uma busca frenética e constante por produtividade e lucro, ampliando a competitividade e, conseqüentemente, as desigualdades sociais. Esses novos valores permeiam toda a sociedade global, modificando a percepção, os desejos e as angústias das pessoas. No entanto, apesar de modificar os lugares e a vida das pessoas, cada lugar e cada pessoa recebe e utiliza esses novos valores de formas diferenciadas, podendo haver desde uma aceitação total e irrestrita, até uma rejeição e resistência consciente destes.

Partindo do princípio de que o meio técnico-científico-informacional condiciona as transformações no espaço geográfico dos dias atuais, e que o espaço geográfico, por meio do lugar, é o objeto de estudo da Geografia, cabem algumas impressões sobre o conceito de espaço presentes na obra de Milton Santos.

³⁵ Em nenhuma outra fase da história do mundo os objetos foram criados, como hoje, para exercer uma precisa função predeterminada, um objetivo claramente estabelecido de antemão, mediante uma intencionalidade científica e tecnicamente produzida, que é o fundamento de sua eficácia. (SANTOS, 1996, p. 173).

2.4. O Espaço: objetos e ações

Milton Santos entende que o espaço geográfico deve ser considerado como algo que participa igualmente da condição do social e do físico, um misto, um híbrido. O espaço é formado de objetos técnicos, materializados a partir de ações, constituindo-se em um composto de formas-conteúdo (materialidade-ação).

“Nossa proposta atual de definição da geografia considera que à disciplina cabe estudar o conjunto indissociável de sistemas de objetos e sistemas de ação que formam o espaço.” (SANTOS, 1996, p. 51). A indissociabilidade de objetos e ações se dá por meio da constante interação destes. “De um lado, os sistemas de objetos condicionam a forma como se dão as ações e, de outro lado, o sistema de ações leva à criação de objetos novos ou se realiza sobre objetos preexistentes. É assim que o espaço encontra a sua dinâmica e se transforma.” (p. 52).

Santos ainda argumenta que “o enfoque do espaço geográfico, como o resultado da conjugação entre sistemas de objetos e sistemas de ações, permite transitar do passado ao futuro, mediante a consideração do presente”. (p. 81). Ocorre, portanto, que, assim como objetos e ações do passado influenciam na dinâmica espacial do presente, apreender o presente nos permite refletir e agir sobre o futuro.

Na visão de Santos (1996, p. 51):

O espaço é formado por um conjunto indissociável, solidário e também contraditório, de sistemas de objetos e sistemas de ações, não considerados isoladamente, mas como o quadro único no qual a história se dá. [...] Através da presença dos objetos técnicos: hidroelétricas, estradas de ferro, cidades, fábricas, o espaço é marcado por esses acréscimos, que lhe dão um conteúdo extremamente técnico.

Os sistemas de objetos e de ações considerados em conjunto constituem sistemas técnicos. Os objetos técnicos representam a materialidade/forma, estando dispostos na paisagem e fazendo parte do espaço geográfico. “Um objeto técnico nasce porque uma série de operações intelectuais, técnicas, materiais, sociais e políticas convergem para a sua produção” (SANTOS, 1996, p. 172). Ao longo do tempo, um novo sistema de objetos responde ao surgimento de cada novo sistema de técnicas. Em cada período, há também um novo arranjo de objetos.

Para os geógrafos, os objetos são tudo o que existe na superfície da Terra, toda herança da história natural e todo resultado da ação humana que se objetivou. [...] O enfoque geográfico supõe a existência dos objetos como sistemas e não apenas como coleções: sua utilidade atual, passada, ou futura vem, exatamente, do seu uso combinado pelos grupos humanos que os criaram ou que os herdaram das gerações anteriores. Seu papel pode ser apenas simbólico, mas geralmente, é também funcional. (SANTOS, 1996, p. 59-60).

As ações levam a mudanças na disposição e na composição dos objetos, da mesma forma que os objetos podem limitar ou beneficiar determinadas ações. Tudo o que é resultado do trabalho do homem constitui-se, portanto, em um objeto técnico. Só

não seriam objetos técnicos aquilo que Santos (1996) chama de *coisas*, que corresponderiam a tudo o que provém da natureza (elementos abióticos – como rochas, atmosfera, água e minerais – e elementos bióticos, ou seja, toda a biodiversidade animal e vegetal), e que ainda não foram utilizadas pelo homem. Entretanto, a partir da atribuição de um valor às coisas, estas também se transformam em objetos³⁶.

Um exemplo interessante dessa transformação das *coisas* em objetos diz respeito à questão da turistificação de lugares com elementos “naturais” conservados, como praias, rios, matas, cavernas, etc. O desenvolvimento das técnicas permitiu ao homem obter lucros com a conservação da “natureza”, transformando esta em mercadoria. Além disso, a disseminação da idéia de retorno à natureza como retorno ao sagrado tem profunda ligação com o imaginário da sociedade, imaginário que, por sua vez, é amplamente influenciado pela mídia por meio da informação, que é uma das maiores fontes de poder dentro do período atual, chamada por Santos de meio técnico-científico-informacional.

O tempo de existência e a funcionalidade dos objetos técnicos são relativos, e estão vinculados aos avanços universais da ciência e da tecnologia, bem como às condições naturais, econômicas, políticas e culturais dos lugares. É preciso discernir entre a existência do objeto e o valor deste.

Toda criação de objetos responde a condições sociais e técnicas presentes num dado momento histórico. Sua reprodução também obedece a condições sociais. Algumas pessoas adotam a novidade em breve espaço de tempo, enquanto outras não reúnem as condições para fazê-lo, ou preferem recusá-la, permanecendo com modelos anteriores. (SANTOS, 1996, p. 56).

Santos (1997) chama os objetos de objetos técnicos em função da gênese técnica destes. No meio técnico-científico-informacional, a descartabilidade dos objetos técnicos e sua substituição por novos objetos é cada vez mais rápida e comum. “Os objetos são eles próprios informação; e não apenas movidos pela informação” (p. 172). A necessidade de produção e consumo crescentes faz com que os objetos preexistentes envelheçam rapidamente, sendo substituídos por “objetos tecnicamente mais avançados, dotados de qualidade operacional superior” (p. 101).

Devido à relevância da observação da forma na Geografia, a apreensão dos objetos técnicos através da paisagem pode ser um ponto de partida para a análise geográfica. Santos (1996) diferencia a paisagem de configuração territorial e de espaço, entendendo-a como a porção da configuração territorial que é possível abarcar com a visão. A paisagem é transtemporal, pois contém objetos passados e presentes, numa construção transversal. É uma parcela fragmentada do real possível de ser apreendida a

³⁶ No princípio, tudo eram coisas, enquanto hoje tudo tende a ser objeto, já que as próprias coisas, dádivas da natureza, quando utilizadas pelos homens a partir de um conjunto de intenções sociais, passam, também, a ser objetos. Assim a natureza se transforma em um verdadeiro sistema de objetos e não mais de coisas e, ironicamente, é o próprio movimento ecológico que completa o processo de desnaturalização da natureza, dando a esta última um valor (SANTOS, 1996, p. 53).

partir da observação, sendo uma síntese concreta, um conjunto de formas e objetos que expressam tempos e territórios diferentes.

Apesar da relevância da paisagem/forma, Santos (1996) assevera que não basta focar somente a forma/aparência, mas a forma-conteúdo, pois todo objeto surge de uma ou mais ações. “A idéia de forma-conteúdo une o processo e o resultado, a função e a forma, o passado e o futuro, o objeto e a natureza, o natural e o social.” (p. 83). “Por adquirirem uma vida, sempre renovada pelo movimento social, as formas – tornadas assim formas-conteúdo – podem participar de uma dialética com a própria sociedade e assim fazer parte da própria evolução do espaço” (p. 86). Essa dialética não se dá entre sociedade e paisagem, mas entre sociedade e espaço³⁷.

Santos (1980 e 1996) utiliza o conceito de rugosidades para referir-se ao que fica do passado como forma, como espaço construído, ou seja, como elementos da paisagem. As rugosidades revelam combinações que eram as únicas possíveis em um tempo e lugar dados, e contribuem para apreender o espaço geográfico. O autor (1996) alerta para o fato de que as rugosidades não podem ser apenas encaradas como heranças físico-territoriais, mas devem ser encaradas também como heranças socioterritoriais ou sociogeográficas³⁸.

Ao atribuir grande valor ao espaço como objeto de análise da Geografia, Santos dá relevância à paisagem e às rugosidades como conceitos que auxiliam no estudo do espaço geográfico, pois estas revelam objetos técnicos de tempos diferentes, que surgem, permanecem e coexistem no espaço, em função de ações intencionais ou até não intencionais. A proposta de avançar na apreensão da forma para a da forma-conteúdo apresenta-se, porém, como um salto qualitativo do entendimento da relação entre paisagem e espaço, pois não nega a paisagem, mas a considera como uma importante variável do espaço geográfico.

Poderíamos afirmar que a paisagem pode conter os objetos técnicos visíveis, fruto de diversas ações (formas-conteúdo), mas que é uma categoria limitada para a Geografia. Santos (1996) ainda aponta que existem situações onde os objetos não mudam de lugar, mas de função, fazendo com que haja transformações no espaço sem que a paisagem se modifique. Desta forma, a análise do espaço como objeto da Geografia apresenta-se mais complexa, pois busca apreender de forma conjunta os objetos e as ações.

Santos (1996, p. 77) ressalta que “a ação não se dá sem que haja um objeto; e, quando exercida, acaba por se redefinir como ação e por redefinir o objeto.” Considerar

³⁷ Uma casa vazia ou um terreno baldio, um lago, uma floresta, uma montanha não participam do processo dialético senão porque lhes são atribuídos determinados valores, isto é, quando são transformados em espaço. O simples fato de existirem como forma, isto é, como paisagem, não basta. A forma já utilizada é coisa diferente, pois seu conteúdo é social. Ela se torna espaço, porque forma-conteúdo (SANTOS, 1996, p. 88).

as ações ou os objetos separadamente não é suficiente, portanto, para apreender a realidade histórica. As duas categorias, objeto e ação, devem ser tratadas unitariamente.

O objeto é um testemunho atual da ação, havendo “uma clara hierarquia das ações que se instalam em objetos igualmente hierarquizados e se exercem por seu intermédio. [...] Os objetos que conformam os sistemas técnicos atuais são criados a partir da intenção explícita de realizar uma função precisa, específica. Essa intencionalidade se dá desde o momento de sua concepção, até o momento de sua criação e produção” (SANTOS, 1997, p. 101).

No que diz respeito às ações, o autor (1996, p. 67) afirma que estas “resultam de necessidades, naturais ou criadas. Essas necessidades: materiais, imateriais, econômicas, sociais, culturais, morais, afetivas, é que conduzem os homens a agir”. Assim como os objetos, as ações também influenciam a ciência e a técnica, ao mesmo tempo em que são influenciadas pelas mesmas.

Santos (1996) chama a atenção para a distinção entre a escala de realização da ação e a escala de seu comando, que, em muitos casos, é estranho aos atores sociais locais. “As ações humanas não se restringem aos indivíduos, incluindo também as empresas, as instituições” (p. 67), ou seja, as firmas. Deve-se distinguir entre os atores que decidem e os outros. O decididor (governos, empresas multinacionais, agências de notícias, organizações internacionais, chefes religiosos) pode escolher o que vai ser difundido para os outros, e, mais do que isso, a ação que vai se realizar. Todavia, para que a ação ocorra, é preciso subordiná-la às normas, que podem ser escritas ou não, formais ou informais, mas que devem ser aceitas e seguidas pela sociedade.

São as ações que, em última análise, definem os objetos, dando-lhes um sentido. Não existe, contudo, ação sem sujeito/ator, sendo justamente os interesses e “necessidades” desses atores, sobretudo dos que decidem, um dos elementos responsáveis pela configuração do espaço geográfico, pois criam e transformam ações e objetos. Os objetos, as ações e a ordem espacial resultante são, portanto, intencionais. Por outro lado, a recepção e a incorporação dos objetos e das ações pela grande maioria da população local (que possui menos poder de decisão), também influenciam na dinâmica espacial. Além disso, essa população também realiza ações e pode criar/modificar objetos. São esses interesses/necessidades, seja dos atores que decidem ou dos outros, que Santos chama de *intencionalidades*, outro conceito fundamental em sua proposta de interpretação da Geografia.

³⁸ [...] as rugosidades nos trazem os restos de divisões do trabalho já passadas, os restos dos tipos de capital utilizados e suas combinações técnicas e sociais com o trabalho (SANTOS, 1996, p. 113).

2.5. Intencionalidades

Para Santos (1996), a noção de *intencionalidade* permite avançar nas relações entre objeto e ação, haja vista que “à intencionalidade da ação se conjuga à intencionalidade dos objetos e ambas são, hoje, dependentes da respectiva carga de ciência e técnica presente no território.” (p. 76). Apreender as intencionalidades é fundamental para entender como se dá a produção dos lugares. Santos adverte, todavia, para o fato de que ações intencionadas podem conduzir a resultados não intencionados. “Uma razão pela qual não se pode prever completamente o resultado da ação vem do fato de que a ação sempre se dá sobre o meio, que tem o poder de deformar o impacto da ação.” (p. 76). Este meio seria o lugar, isso é, o *locus* da materialização das ações intencionais através dos objetos.

O conceito de intencionalidade traduz a busca ou a projeção de um futuro, pensado por qualquer ator ou grupo social. Santos e Silveira (2001) afirmam que o presente não é só o resultado do passado, mas também da intencionalidade (que projeta o futuro). Existem, contudo, intencionalidades que predominam sobre outras.

O poder diferenciado dos atores influencia na aceitação e na materialização das intencionalidades, pois, geralmente, as intencionalidades da maioria da população não conseguem predominar sobre as intencionalidades dos atores dominantes. A própria racionalidade hegemônica vigente no meio técnico-científico-informacional serve para a efetivação e o êxito de intencionalidades dos macroatores do capitalismo global.

Para Santos (1996, p. 73), “a noção de intencionalidade é eficaz na contemplação do processo de produção e de produção de coisas, considerados como um resultado da relação entre o homem e o mundo, entre o homem e o seu entorno.”

Santos (1997) ainda entende que a intencionalidade pode ser mercantil e/ou simbólica, isto é, os objetivos de determinada ação – que pode levar a reformulações na composição e disposição dos objetos – podem estar vinculados à obtenção de lucro ou à cristalização de concepções ideológicas. Sabemos, no entanto, que ambas as intencionalidades estão vinculadas à manutenção ou à conquista de poder.

Considerando a importância da política na produção do espaço geográfico e, conseqüentemente, das relações de poder que influenciam a criação e a propagação das técnicas, achamos pertinente discutir o conceito de território, conceito extremamente significativo na história da Geografia. Apesar de Milton Santos não atribuir destaque para o conceito de território, procuramos discutir o território utilizando sua abordagem, juntamente com outros autores dedicados à reflexão sobre o território. Nesse sentido, apresentamos a seguir algumas impressões sobre os conceitos de território e territorialidade.

2.6. Território e Territorialidade

Partindo do princípio de que o espaço seria o objeto de estudo da Geografia, e, portanto, a categoria geográfica basilar, e entendendo que o conjunto de conceitos permite dar legitimidade ao debate teórico-metodológico, achamos pertinente explicar algumas considerações a respeito do conceito de território, pois este é um conceito clássico da Geografia, e está intimamente ligado ao espaço, e às dimensões econômica, política e cultural das sociedades. Com base na abordagem do território a partir de geógrafos clássicos como Ratzel (1990) e Raffestin (1993), bem como dos geógrafos brasileiros Souza (1995), Haesbaert (2004) e Saquet (2003 e 2005), discorremos sobre os conceitos de território e territorialidade. Abordamos também impressões de Santos sobre o território, através dos conceitos de *configuração territorial* e *território usado*.

Na busca da gênese do conceito de território, Souza (1995, p. 84) destaca que o território surge na Geografia Política, onde é entendido como um “espaço concreto em si (com seus atributos naturais e socialmente construídos), que é apropriado, ocupado por um grupo social. A ocupação do território é vista como algo gerador de raízes e identidade.”

Um ícone da Geografia Política foi o geógrafo alemão Friederich Ratzel³⁹, por meio de suas obras "Antropogeografia" (1882) e "Geografia Política" (1897). Por ter formação naturalista, Ratzel desenvolve sua noção de território a partir da idéia de habitat, idéia usada na Biologia para a delimitação de áreas de domínio de determinada espécie ou grupo de animais. Na abordagem de Ratzel o termo território aparece, portanto, como sinônimo de solo e/ou de ambiente⁴⁰. A grande contribuição de Ratzel foi, contudo, vincular o território como imprescindível para alcançar objetivos políticos, teorizando a respeito de sua relevância na constituição do Estado-Nação e intrinsecamente justificando a manutenção e a conquista de poder, pois, para ocorrer o domínio do Estado, seria necessário existir um território.

[...] a sociedade que consideramos, seja grande ou pequena, desejará sempre manter sobretudo a posse do território sobre o qual e graças ao qual ela vive. Quando esta sociedade se organiza com esse objetivo ela se transforma em Estado. (RATZEL, 1990, p. 76).

Na Geografia contemporânea, Raffestin (1993) é um dos autores de destaque no debate sobre território e poder. Ao colocar que a Geografia Política clássica foi trabalhada simplesmente como uma “Geografia do Estado”, deixando de abstrair outras formas de

³⁹ Apesar de ser considerado um precursor do determinismo geográfico, Ratzel, no final do século XIX, já evidenciava questões fundamentais para a construção do conhecimento geográfico, sobretudo com sua visão indissociável entre homem e natureza. “A nossa ciência deve estudar a Terra *ligada* como está *ao homem* e, portanto, não pode separar este estudo do da vida humana, tampouco do da vida vegetal e animal” (RATZEL, 1990, p. 32).

⁴⁰ Para Ribas et al. (2002), Ratzel entende o território como recursos naturais, incluindo também a água e o clima. O território, desta forma, é tido como substrato (palco) para a efetivação da vida humana, sinônimo de solo/terra e outras condições naturais, bem como para a sobrevivência dos povos no planeta (espaço vital).

poder, Raffestin inclui novas variáveis em sua tentativa de sistematizar uma *Geografia do Poder*, diferenciando o poder da seguinte forma: o *Poder*, manifestado através dos aparelhos institucionais complexos que encerram o território, controlam a população e dominam os recursos, sendo o poder visível e identificável, controlado pelo Estado; e o *poder* que está presente em cada relação e esconde-se em todos os lugares atrás do *Poder* do Estado, pois é invisível e, por conseguinte, o mais perigoso.

Pelo fato de debruçar-se sobre a problemática do poder, Raffestin (1993) utilizou o conceito de território de forma intensa em sua obra, entendendo-o como

[...] um espaço onde se projetou um trabalho, seja energia e informação, e que, por consequência, revela relações marcadas pelo poder. [...] o território se apóia no espaço, mas não é espaço. É uma produção a partir do espaço, que se inscreve num campo de poder. (p. 144).

Apesar de tecer críticas sobre a abordagem do território em Ratzel e Raffestin, Souza (1995) fundamenta-se nas obras destes e de outros autores, entendendo que o território seria um “espaço definido e delimitado por e a partir de relações de poder.” (p. 78). Na visão de Souza (p. 81), o entendimento do território vinculado somente ao Estado nacional não é suficiente, haja vista que “os territórios são construídos e desconstruídos nas mais diversas escalas espaciais e temporais.” Saquet et al.⁴¹ (2003, p. 10) também entendem que o território é produzido pelas relações de poder engendradas por um determinado grupo social, e se efetiva em diferentes escalas, não apenas naquela convencionalmente conhecida como o “território nacional” sob gestão do Estado-Nação.

Haesbaert (1995) não deixa de entender o território como “um espaço sobre o qual se exerce um domínio político, e como tal, um controle do acesso” (p. 168). Para o geógrafo (2004, p. 97), “o poder” e, por conseguinte, o território, “é sempre multidimensional e multiescalar, material e imaterial, de dominação e apropriação ao mesmo tempo.” Ao fazer uma ampla revisão em torno do conceito de território, Haesbaert (2004) propõe uma abordagem do território a partir de uma perspectiva integradora, que congrega a dimensão econômica (recursos naturais e construídos e seus usos), política (relações de poder) e cultural (identidades), que coexistem e se combinam na produção do espaço e do território. Nesse sentido, “o território carregaria sempre, de forma indissociável, uma dimensão simbólica ou cultural em sentido estrito, e uma dimensão material, de natureza predominantemente econômico-política” (p. 74).

Haesbaert (2004, p. 79) também aponta para a “necessidade de uma visão de território a partir da concepção de espaço como um híbrido – híbrido entre sociedade e natureza, entre política, economia e cultura, e entre a materialidade e a 'idealidade', numa complexa interação espaço-tempo.” Saquet é outro pesquisador a destacar a interdependência entre espaço e território.

⁴¹ Os artigos de Ribas et al. (2002) e de Saquet et al. (2003) foram produzidos pelo GETERR (Grupo de Estudos Territoriais) da Unioeste, campus Francisco Beltrão, do qual fazemos parte.

Território e espaço estão ligados, entrelaçados, pois o primeiro é fruto da dinâmica socioespacial. Há um processo de territorialização, paradoxalmente, com perdas e reconstruções incessantes, com formas e ações, decisões, desejos, etc., intimamente conectado à materialização espacial da sociedade e à dinâmica da natureza exterior ao homem. (SAQUET, 2005, p. 49).

Segundo Saquet (2003), como as relações são múltiplas, os territórios também o são, de modo que diversos territórios e territorialidades se sobrepõem em um lugar. Além disso, existem temporalidades heterogêneas, lentas e rápidas, coexistindo simultaneamente. Portanto, “não há uma homogeneidade no espaço nem no território, mas uma heterogeneidade de tempos e territórios em cada unidade espacial de análise seja no lugar, no país, etc” (p. 21).

Souza (1995) é outro autor a enfatizar a existência e a sobreposição de diversos territórios dentro de um mesmo lugar ou espaço físico. O geógrafo diferencia territórios *contínuos* e *descontínuos*, pois, classicamente, os territórios foram caracterizados como contínuos, marcados por áreas específicas e contíguas. Não há, contudo, como negar a existência de territórios descontínuos, também entendidos como *territórios-rede*⁴², conectados sobretudo por fluxos de informações e ações. Assim, os territórios-rede dependem dos avanços tecnológicos na comunicação, pois se manifestam a partir do que Haesbaert (2004) chama de ciberespaço (virtual).

Para Souza (1995), há uma superposição de territórios e territorialidades, que se confundem no espaço. A territorialidade “é um certo tipo de interação entre homem e espaço, a qual é sempre uma interação entre seres humanos mediatizada pelo espaço” (p. 99). Por conseguinte, acreditamos que a territorialidade é subjetiva, de modo que cada indivíduo possui sua(s) territorialidade(s).

Saquet (2003, p. 26) também aponta a dimensão subjetiva da territorialidade, entendendo-a como “o desenrolar de todas as atividades diárias que se efetivam, seja no espaço do trabalho, do lazer, da família etc., resultado e condição do processo de produção de cada território, cada lugar.” Nesse sentido, a territorialidade está ligada ao cotidiano e ao lugar, sendo assim, influenciada por aspectos culturais, políticos, econômicos e ambientais dos indivíduos.

Raffestin (1993) argumenta que a

Territorialidade pode ser definida como um conjunto de relações que se originam num sistema tridimensional sociedade-espaço-tempo (p. 160). [...] A territorialidade se manifesta em todas as escalas espaciais e sociais; ela é consubstancial a todas as relações e seria possível dizer que, de certa forma, é a “face vivida” e a “face agida” do poder. (p. 162).

Apesar de a territorialidade ser subjetiva, as firmas também possuem territorialidades, que são físicas, políticas, econômicas e até sociais. Assim como a

⁴² Tanto Souza (1995) quanto Haesbaert (1995) utilizam o conceito de território-rede ao se referirem a territórios que não dependem exclusivamente de um espaço físico. Entendemos que a maior parte dos territórios-rede é comandada pelos agentes hegemônicos do capitalismo, sobretudo pelas firmas globais.

territorialidade humana, as territorialidades das firmas extrapolam o espaço físico, estendendo-se à área de atuação e à influência da firma, e às relações comerciais que esta estabelece.

Souza (1995) destaca a autonomia no debate sobre território e territorialidades, e, com base na concepção de autonomia de Castoriadis, argumenta que

[...] uma sociedade autônoma é aquela que defender e gerir livremente seu território, catalizador de uma identidade cultural e ao mesmo tempo continente de recursos, recursos cuja acessibilidade se dá, potencialmente, de maneira igual para todos. Uma sociedade autônoma não é uma sociedade “sem poder”, o que aliás, seria impossível. No entanto, a plena autonomia é incompatível com a existência de um “Estado” enquanto instância de poder centralizadora e separada do restante da sociedade. (p. 106).

Enfocando a importância da autonomia na busca de alternativas para o desenvolvimento socioespacial, Souza usa o conceito de *territorialidade autônoma*.

Após apresentar críticas à idéia de desterritorialização, entendendo que “a desterritorialização está indissociavelmente ligada com a (re)territorialização, pois na prática proliferam as interseções e as ambigüidades” (1995, p. 198), Haesbaert (2004) propõe o conceito de multiterritorialidade, justificando que este novo conceito abrange os processos de des-re-territorialização.

Para Haesbaert (2004), a multiterritorialidade faz parte do processo de territorialização dos indivíduos e dos grupos, sendo bem antiga. Com a maior diversidade de territórios e territorialidades nos dias atuais, em virtude dos avanços técnicos, a multiterritorialidade se apresenta, contudo, como um conceito muito útil nos dias atuais. A multiterritorialidade

[...] é consequência direta da predominância, especialmente no âmbito do chamado capitalismo pós-fordista ou de acumulação flexível, de relações sociais construídas através de territórios-rede, sobrepostos e descontínuos, e não mais de territórios-zona. (p. 338).

Nesse sentido, a multiterritorialidade pode se dar através da mobilidade concreta ou virtual, e implica a “possibilidade de acessar ou conectar diversos territórios” (p. 343), ou seja, de experimentar vários territórios ao mesmo tempo. Apesar de entender que todos os indivíduos podem ter múltiplas territorialidades, decorrentes dos territórios em que vivemos/agimos, Haesbaert (2004) usa como exemplos de vetores da multiterritorialidade os indivíduos com grande mobilidade física e relacional, e as firmas com atuação global.

Em relação à abordagem de Milton Santos em torno do conceito de território, percebemos que, ao atribuir seu enfoque para o espaço, Santos não destaca o conceito de território, mas trabalha dois conceitos correlatos, sendo o de configuração territorial e território usado. Santos (1986) diferenciou espaço, configuração territorial e paisagem, ao perceber que, para apreender o espaço geográfico, seria importante decodificar seus

elementos componentes, como a paisagem e a configuração territorial. Assim, o espaço seria a totalidade real, o resultado da geografização da sociedade sobre a configuração territorial, sendo composto pela configuração territorial, pela paisagem e pela sociedade.

A configuração territorial é o território e mais um conjunto de objetos existentes sobre ele (naturais ou artificiais). Ela corresponde à forma, aos objetos fixados no espaço. Já a paisagem seria uma parte da configuração territorial visualizada pelo observador. (SANTOS, 1986).

Em 2001, Santos publica, juntamente com Silveira, uma obra onde propõe uma nova adjetivação ao território, o *território usado*. Acreditando que “é o uso do território, e não o território em si mesmo, que faz dele objeto da análise social”, Santos (2002, p. 15) trabalha com o conceito de território usado, apontando que cada país formaria um território usado, com seu Estado e suas normas, mas que esse território sofre forte influência das ações e das intencionalidades globais.

Para a compreensão do espaço geográfico, as técnicas indicariam como, onde, por quem, por que e para que o território é usado. Santos e Silveira (2001) sugerem pensar o território no seu papel ativo e não apenas como palco, pois o território – que se encontra regulado pelo mercado – permite ler as descontinuidades nas feições regionais. Para se entender o território usado, é preciso analisar a constituição deste território, ou seja, a constituição de determinado país. Por conseguinte, o processo de reconstrução da sociedade e do território poderia ser entendido pela *formação socioespacial*⁴³.

Santos (2002) ainda afirma que a interdependência universal dos lugares é a nova realidade do território, desencadeando a transnacionalização do território. As firmas são, para Santos (1996), as maiores responsáveis pelo processo de transnacionalização do território, que é marcado pela perda de poder dos Estados-nação. O poder das firmas leva ao que o autor chama de corporatização do território.

Apesar de acharmos pertinente o conceito de território usado para a escala nacional, estaremos priorizando uma abordagem do conceito de território a partir das colocações de Souza (1995), Haesbaert (1995 e 2004) e Saquet (2003 e 2005). Estas colocações apontam para a existência de diversos territórios e territorialidades que se sobrepõem no espaço geográfico, e que são multidimensionais e multiescalares.

⁴³ Milton Santos utiliza o conceito de formação socioespacial, fundamentado no conceito de formação econômica e social, para referir-se ao processo de constituição de territórios nacionais. Nesse sentido, a formação socioespacial pressupõe uma análise geográfica da escala nacional, sendo a mediadora entre o mundo e o lugar. “A formação socioespacial e não o modo de produção constituem o instrumento adequado para entender a história e o presente de um país” (1996, p. 107).

2.7. O Tempo na Geografia

Tradicionalmente, o espaço sempre foi uma categoria basilar na Geografia, do mesmo modo que o tempo é a principal categoria de análise da História. Podemos afirmar, no entanto, que, na Geografia, a relação espaço-tempo foi mais bem trabalhada do que na História, que não atribui muita relevância ao espaço. O debate sobre o espaço como categoria para a apreensão da sociedade contemporânea não é exclusividade dos geógrafos, e hoje permeia as reflexões de várias ciências sociais. Seria, porém, uma redundância falar em espaço sem considerar o tempo. Santos (1996) destaca a importância do tempo na efetivação dos sistemas de ações e objetos, que, por sua vez, são elementos constituintes do espaço. A idéia de tempo é inseparável da idéia dos objetos e de seu valor. Cada ação se dá segundo seu tempo e, em cada lugar, o tempo atual se defronta com o tempo passado, cristalizado em formas.

A idéia de compressão tempo-espaço proposta por Harvey (1989) reforça a concepção dialética destas categorias, porém o autor parece dar mais ênfase ao tempo, dizendo que há uma aceleração do tempo da produção, da distribuição e do consumo, enquanto o espaço é reduzido e tende a ser aniquilado.

Concordamos com Harvey no que tange à aceleração do tempo e à redução do espaço, pois as inovações técnicas e tecnológicas permitiram realizar diversas atividades em um período de tempo menor, da mesma forma que o espaço passa a ser cada vez mais dominado por atores hegemônicos de influência global. Não acreditamos, contudo, na aniquilação do espaço, mas, sim, na sua produção/transformação constante, desencadeada tanto por atores locais, mas principalmente, por atores exógenos.

Santos (1996, p. 161) tece críticas a essa concepção de Harvey, que preconiza a redução do espaço em decorrência da aceleração do tempo através dos avanços técnicos. “A idéia de que o tempo suprime o espaço provém de uma interpretação delirante do encurtamento das distâncias, com os atuais progressos no uso da velocidade pelas pessoas, coisas e informações.”

Após ponderar sobre a não-existência de um espaço mundial, mas de lugares mundiais, Santos (1994) reforça essa idéia em relação ao tempo, considerando que não existe um tempo único e mundial, mas, sim, temporalidades⁴⁴. Para o autor (1996), as temporalidades seriam formas particulares de utilização do tempo e, conseqüentemente, se constituiriam na matriz das espacialidades vividas em cada lugar. Elas não são as mesmas para os atores sociais, mas se dão de modo simultâneo.

Desta forma, Santos (1994) ressalta a hierarquia das temporalidades, ao discorrer sobre existência de temporalidades hegemônicas, resultantes da ação dos agentes

⁴⁴ Temos, sem dúvida, um tempo universal, tempo despótico, instrumento de medida hegemônico que comanda o tempo dos outros. Esse tempo despótico é responsável por temporalidades hierárquicas, conflitantes, mas convergentes. Nesse sentido todos os tempos são globais, mas não há um tempo mundial (SANTOS, 1994, p. 16).

hegemônicos; e temporalidades hegemônicas, resultantes da ação de outros agentes sociais com pouco poder. Essas temporalidades estão presentes nos mais diversos lugares, e o encontro destas transforma o espaço e os próprios valores socioculturais. Geralmente, as temporalidades hegemônicas são aquelas vinculadas ao “moderno”, ao “novo”, sendo disseminadas de forma global, enquanto as temporalidades hegemônicas têm forte influência das dinâmicas e dos atores locais. Todavia, essas temporalidades se encontram e se relacionam nos lugares.

Santos (1996) ainda relaciona diversas escalas de tempo simultâneas. O *tempo do mundo* (universal/hegemônico) é o das empresas multinacionais, transnacionais e das instituições supranacionais. O *tempo dos Estados-Nações* é o tempo dos Estados nacionais e das grandes firmas nacionais. Entre esses dois haveria o *tempo regional*, das organizações, dos mercados e das culturas regionais supranacionais. Abaixo do tempo dos Estados-Nações viria o *tempo dos subespaços nacionais*, regiões e lugares, cujo tempo é o das empresas médias e pequenas, e dos governos locais. O tempo da divisão do trabalho seria o tempo do modo de produção capitalista, e cada divisão do trabalho cria um tempo próprio, diferente do tempo anterior. O tempo do mundo seria, portanto, o mais externo, abrangente de todos os espaços (lugares). Todos os lugares sofrem influência do tempo universal, que é o tempo mais rápido. É, porém, a forma como cada lugar incorpora esse tempo, que os diferencia.

Sabendo que o tempo universal é o mais abrangente de todos, Santos questiona qual seria a extensão de tempo mais interna, e afirma que é o lugar, aquele que carrega consigo o tempo interno. Como já comentamos, porém, qualquer lugar se inter-relaciona com diferentes tempos externos (os tempos descritos acima). “Cada lugar é teatro de tempos *externos* múltiplos” (SANTOS, 1996, p. 111).

Saquet (2003) concorda com Santos no que diz respeito à existência de duas grandes dimensões do tempo, sendo o tempo histórico e o tempo das coexistências. O *tempo histórico* (das sucessões) é sucessivo e horizontal. Ele é resultante de uma sequência de processos históricos em movimento constante de superação. Já o *tempo das coexistências* refere-se a fenômenos sociais, “[...] que ocorrem no mesmo ou em diferentes lugares ao mesmo tempo, em ritmos não necessariamente iguais.” (p. 19)⁴⁵.

Assim, o tempo como sucessão é abstrato e o tempo como simultaneidade (das coexistências) é o tempo concreto, já que é o tempo da vida de todos. O tempo das coexistências carrega consigo todas as temporalidades existentes. “O entendimento dos lugares, em sua situação atual e em sua evolução, depende da consideração do eixo das sucessões e do eixo das coexistências.” (SANTOS, 1996, p. 159).

⁴⁵ Em cada lugar, os sistemas sucessivos do acontecer social distinguem períodos diferentes, permitindo falar de hoje e de ontem. Este é o eixo das sucessões. Em cada lugar, o tempo das diversas ações e dos diversos atores e a maneira como utilizam o tempo social não são os mesmos. No viver comum de cada

O tempo histórico é dividido por Braudel (1978) em tempos breves (dos instantes), os tempos curtos, e os tempos de longa duração. Para Saquet (2003, p. 20), “tanto os movimento breves como os mais longos fazem a história; presente e passado confundem-se e revelam-se mutuamente. Um está no outro.” Já Santos (1996) centra sua análise no tempo das coexistências, fragmentando-o em tempo rápido e tempos lentos.

O tempo rápido não cobre a totalidade do território nem abrange a sociedade inteira. Em cada área, são múltiplos os graus e as modalidades de combinações. Mas, graças à globalização e a seus efeitos locais, os tempos lentos são referidos ao tempo rápido, mesmo quando este não se exerce diretamente sobre lugares ou grupos sociais. (SANTOS, 1996, p. 213).

Pelo exposto, podemos afirmar que o tempo rápido corresponde ao tempo hegemônico, enquanto os tempos lentos (temporalidades) poderiam ser identificados nas escalas inferiores à global, mas, sobretudo, nos lugares. Sem dúvida, existem lugares – como as metrópoles ou parte delas – que recebem e incorporam esse tempo rápido com mais facilidade. Não obstante, este tempo rápido vai acelerar o próprio tempo local, e torná-lo menos lento.

Saquet (2003, p. 44), ao estabelecer uma relação entre a abordagem de tempo histórico de Braudel e a de tempo das coexistências de Santos, afirma que “cada lugar tem seu tempo ou seus tempos, suas singularidades e, cada tempo, o seu lugar, materializando-se diferentemente em razão de determinações sociais (economia, política e cultura), intimamente ligadas à dinâmica da natureza exterior ao homem.” No que tange às inovações técnicas, Saquet (2003, p. 21) afirma:

O *novo* não chega a todos os lugares no mesmo momento temporal, mas se objetiva necessariamente ao mesmo tempo com o mesmo ritmo e com a mesma intensidade em diferentes atividades e lugares. Os tempos concretizam-se em lugares distintos e simultaneamente, com ritmos lentos e mais rápidos.

Santos e Silveira (2001) afirmam que o meio técnico-científico-informacional desencadeou transformações temporais, de modo que, de um tempo lento, que era diferenciado segundo regiões, passamos para um tempo rápido, um tempo hegemônico singular, influenciado pelo dado internacional. Os autores citam a existência de tempos do Estado e das multinacionais, que se tornam tempos dominantes no período marcado pelo meio técnico-científico-informacional.

Santos (1996) também aponta que as técnicas modificam a percepção e o uso do tempo⁴⁶. O autor entende que a convergência dos momentos leva à unicidade do tempo, e que esta unicidade só é possível com os avanços da ciência e da técnica, que

instante, os eventos não são sucessivos, mas concomitantes. Temos, aqui, o eixo das coexistências. (SANTOS, 1996, p. 159).

⁴⁶ Cada nova técnica não apenas conduz a uma nova percepção do tempo. Ela também obriga a um novo uso do tempo, a uma obediência cada vez mais estrita ao relógio, a um rigor de comportamento adaptado a um novo ritmo. (SANTOS, 1996, p. 148).

permitiram a transferência de informações pelo mundo a um tempo quase real⁴⁷. O acesso a informações é, no entanto, restrito e relativo, de modo que as informações que chegam à grande maioria da população podem ser distorcidas e manipuladas por pessoas e firmas que produzem a informação e/ou se beneficiam dela.

Essas diversas temporalidades indicam que os tempos são heterogêneos, fato que deve ser considerado nas pesquisas empíricas. Os tempos lentos se combinam ao tempo rápido, formando o tempo das coexistências que se manifesta no espaço e o influencia. Concomitante a isso, os tempos são influenciados pela dinâmica espacial, caracterizando assim a dialética espaço-tempo.

2.8. Evento e Situação

Como já mostramos anteriormente, Santos atribui grande relevância ao conceito de evento, como uma possibilidade de esse conceito poder relacionar espaço e tempo. Em sua obra de 1996, o autor afirma que os eventos são a matriz do tempo e do espaço, pois o evento é um instante do tempo, dando-se em um ponto do espaço. Esse ponto seria o lugar, depositário final do evento. Devido ao fato de serem portadores da ação presente, os eventos criam o tempo, e são todos novos, pois não se repetem. A cada novo acontecer, as coisas preexistentes mudam seu conteúdo e sua significação. Assim, os eventos mudam as coisas, transformam os objetos, dando-lhes novas características.

Santos e Silveira (2001) enfatizam que o tempo é feito de eventos, e que os eventos são formas de acontecer, e formam a flecha do tempo. O evento é o resultado de uma ação no espaço geográfico, seja no mundo, em um país, região ou lugar. Em qualquer escala, o evento implica uma base material (objetos) e atores (responsáveis pelas ações). Para Santos (1996, p. 144), “se considerarmos o mundo como um conjunto de possibilidades, o evento é um veículo de uma ou algumas dessas possibilidades existentes no mundo. Mas o evento também pode ser o vetor das possibilidades existentes num país, numa região ou num lugar.”

Santos (1996) indica que a natureza é composta de padrões, que podem ser analisados através dos eventos, e alerta que é preciso diferenciar os eventos naturais, que têm uma gênese e duração natural, dos sociais e históricos, que têm uma gênese social e uma duração organizacional. Os eventos históricos supõem a ação humana, de modo que evento e ação são sinônimos. Os eventos podem ser planejados ou não, e não há evento sem ator/sujeito. Assim como não há evento sem ação, os eventos permitem

⁴⁷ [...] a história do homem de nossa geração é aquela em que os momentos convergiram, o acontecer de cada lugar podendo ser imediatamente comunicado a qualquer outro, graças a esse domínio do tempo e do espaço à escala planetária. (SANTOS, 1996, p. 162).

aos objetos participar ativamente da produção do espaço, pois qualquer objeto, para estar no espaço e no tempo, precisa estar relacionado com algum evento⁴⁸.

A chegada de uma inovação técnica pode corresponder a um novo evento, ao passo que um evento pode mudar o território e criar outra história. Os eventos criam uma continuidade temporal, separada em períodos significativos, e, por isso, Silveira (informação verbal) afirma que a relação tempo-espaço/espaço-tempo pode ser entendida pelos eventos. Seguindo os estudos de Milton Santos, Silveira (informação verbal, 2006)⁴⁹ entende que os eventos se dão em meios geográficos preexistentes, feitos de normas e formas culturais (costumes, ideologias).

Os recursos totais do mundo ou de um país, quer seja o capital, a população, a força de trabalho, o excedente, etc., dividem-se pelo movimento da totalidade, através da divisão do trabalho e na forma de eventos. A cada momento histórico, tais recursos são distribuídos de diferentes maneiras e localmente combinados, o que acarreta uma diferenciação no interior do espaço total e confere a cada região ou lugar sua especialidade e definição particular. (SANTOS, 1996, p. 131).

Santos (1996) ainda aponta para a existência de eventos mundiais, nacionais, regionais e locais, mostrando a possibilidade de qualquer escala geográfica ser afetada por um evento. Santos, no entanto, alerta que os Estados se constituem nas forças capazes de produzir eventos que incidam sobre áreas extensas (países). Essa legitimidade dos Estados nacionais se dá por meio das normas, que abrangem todo seu território. Não obstante, mesmo tendo o dever de acatar e seguir as normas nacionais, Estados, municípios, entre outras “[...] autoridades *intermediárias* (províncias, regiões, áreas metropolitanas) exercem seu papel de produtoras *oficiais* de eventos, mas sobre superfícies menores que o território nacional” (p. 121).

Todavia, considerando a atual hegemonia de determinados atores sociais, sobretudo firmas transnacionais no espaço e no tempo, a origem da maior parte dos eventos se dá na escala global, pois, como afirma Santos (1996), na era da globalização, os eventos são globalmente solidários. Entretanto, o autor ressalta que, “[...] no exame do processo que levou à constituição de um evento, é insuficiente considerar, apenas, o universal” (p. 101).

Apesar de destacar a importância do Estado como produtor oficial de eventos; a influência de atores com intencionalidades globais/verticais na origem dos eventos; e de afirmar que os eventos podem se manifestar nas diversas escalas geográficas, Santos (1996) reconhece que cabe ao geógrafo apreender a manifestação de eventos no lugar. “É através do evento que podemos rever a constituição atual de cada lugar e a evolução conjunta dos diversos lugares, um resultado da mudança paralela da sociedade e do

⁴⁸ A conexão existente entre os objetos é dada pelos eventos, isto é, o tempo se fazendo empírico, para poder encontrar os objetos. [...] O mundo em movimento supõe uma permanente redistribuição dos eventos, materiais ou não, com uma valorização diferencial dos lugares. (SANTOS, 1996, p.158).

⁴⁹ Informação verbal retirada de palestra ministrada por Maria Laura Silveira em setembro de 2006 na USP, no seminário em homenagem aos 10 anos da obra “A Natureza do Espaço”, de Milton Santos.

espaço.” (p. 155). “O evento é um veículo de uma ou algumas das possibilidades existentes no mundo, na formação socioespacial, na região, que se depositam, isto é, se geografizam no lugar” (p. 115).

Em consonância com sua abordagem pautada na relação global/local, Santos (1996) diferencia a escala da *origem* das variáveis envolvidas na produção do evento, geralmente vinculada a interesses hegemônicos globais, ou seja, às verticalidades; da escala do *impacto da realização do evento*, correspondente às escalas inferiores, mas, sobretudo ao lugar, onde se manifestariam as horizontalidades. “No primeiro caso, temos a escala das forças operantes e no segundo temos a área de ocorrência, a escala do fenômeno.” (p. 152). “Uma coisa é um evento dando-se num lugar e outra é o motor, a causa última desse evento” (p. 179).

Nesse sentido, fica claro que existem dois níveis de existência do evento, sendo o global e o local, que são interdependentes. “Os eventos operam essa ligação entre os lugares e uma história em movimento. A região e o lugar se definem como funcionalização do mundo e é por eles que o mundo é percebido empiricamente.” (SANTOS, 1996, p. 165). Em função da interdependência entre a escala global de origem do evento e a escala local de realização deste, é insuficiente considerar apenas o universal ou o particular, pois “cada evento é um fruto do Mundo e do lugar ao mesmo tempo” (p. 131).

Ao considerar a necessidade de produzir um esquema metodológico que permita elaborar um retrato dos lugares na história do presente, Silveira⁵⁰ (1999) apresenta algumas reflexões sobre como a idéia de *situação geográfica* poderia contribuir para uma proposta de método pautado no conceito de evento. Para a autora (1994, p. 22), a idéia de situação encontra-se vinculada à noção de evento, pois “a situação decorreria de um conjunto de eventos geografizados”, superpostos, e, por conseguinte, espacializados no lugar. “Muda o valor dos lugares porque muda a situação. Assim, ao longo do tempo, os eventos constroem situações geográficas que podem ser demarcadas em períodos.”

Se, de um lado, os lugares participam de um comando e de um ritmo unificados, graças às técnicas, de outro, eles não se homogeneizam graças aos seus arranjos anteriores e à multiplicidade de intencionalidades e ações. As normas também participam da tendência à unificação dos lugares. Todavia, as situações nos lugares são diferentes e sua abordagem permitiria captar o diverso. (SILVEIRA, 1999, p. 25).

Não obstante, o conjunto de eventos superpostos em um lugar desencadeia uma situação geográfica que, certamente, será alterada com a inserção de novos eventos. Para Silveira (1999, p. 26), a situação “[...] é o cenário para novas formas de produção e de vida, para novas ações e para a implantação de novos objetos, respondendo a novas

⁵⁰ Maria Laura Silveira foi orientanda de Milton Santos, e vem procurando interpretar e contribuir para a aplicação e avanço da teoria do renomado geógrafo. Suas argumentações também foram fundamentais para essa pesquisa.

racionalidades, a novas intencionalidades, a novos futuros.” Sendo assim, ao centrar sua análise em determinado evento, caberia ao geógrafo apreender a situação que leva à ocorrência do evento pesquisado, assim como a influência do evento – após sua realização - na alteração dessa situação.

Entendemos que o conceito de situação permite considerar elementos da configuração espacial (população, economia, recursos naturais, localização geográfica) do lugar, anteriores à manifestação do evento, que contribuíram para sua manifestação⁵¹. A situação é construída pela superposição dos eventos, que, por sua vez, são delimitados através da *periodização*, outro conceito utilizado por Santos (1996) e Santos e Silveira (2001). Sabendo que cada evento tem uma escala de origem (global) e uma escala de realização (local), e que estas escalas possuem dinâmicas diferenciadas, apesar de interdependentes, urge buscar apreender as diversas manifestações escalares de determinado evento. Para tanto, o conceito de periodização contribui para a delimitação temporal do evento.

2.9. Periodização

Por meio da proposta de periodização, Santos e Silveira (2001) procuram dar pistas sobre como empiricizar o tempo, tornando-o concreto em sua junção com o espaço. A empiricização do tempo é tida pelos autores como a chave para a compreensão da dialética tempo-espaço. Para tanto, seria necessário periodizar, ao mesmo tempo, o objeto e o uso (definido pelas ações), pois, se o espaço é constituído por um sistema de objetos e ações, não basta pensá-lo apenas como materialidade.

A técnica entra como um traço de união entre tempo e espaço, e apresenta-se como uma medida do tempo. “As técnicas dão-nos a possibilidade de empiricização do tempo e a possibilidade de uma qualificação precisa da materialidade sobre a qual as sociedades humanas trabalham” (SANTOS, 1996, p. 44).

Fundamentada nos aportes teórico-conceituais de Milton Santos, Silveira (informação verbal) sugere periodizar, isto é, estabelecer limites temporais para a pesquisa, buscando entender o que é novo no atual contexto histórico⁵². Para a professora, o presente é uma combinação de fatores, mas não é a única possível. Cabe ao geógrafo explicar o que existe, entender a combinação do que existe e pensar em outras combinações.

Já em 1972, Santos colocava que a periodização histórica poderia ser o instrumento adequado para enfrentar o tratamento do espaço em termos de tempo, pois a cada sistema temporal o espaço muda. Em 1996, o autor reafirmou que a idéia de

⁵¹ Para Silveira (1999), “a situação reafirma a especificidade do lugar e, metodologicamente, aparece como uma instância de análise e síntese. É uma categoria de análise porque permite identificar problemas a pesquisar” (p. 27).

período e periodização constitui um avanço na busca da união espaço-tempo. Assim, caberia aos geógrafos identificar os eventos a serem pesquisados, considerando sua origem e manifestação, e definir a periodização deste, tanto na escala global (origem do evento), quanto na relação desta com a periodização da realização do evento no lugar.

A idéia de um período não se define pelo relógio, mas pelo conjunto de atividades (eventos) que existiam em determinado momento histórico, ou seja, pela situação, correspondente ao conjunto de possibilidades concretas de determinada época. Periodizar é escolher as variáveis-chave para entender o sistema, ou um pedaço do tempo. Interessa periodizar a época, suas técnicas e políticas, no sentido de relacionar, ao mesmo tempo, o objeto e o uso (ações).

Dentro da proposta de Silveira, podemos afirmar que a situação geográfica corresponde a um conjunto de eventos geografizados, eventos que, por sua vez, têm materialidade, normas e intencionalidades. A materialidade reflete o sistema de objetos, enquanto as normas (que são definidas por determinadas intencionalidades) seriam elementos para se compreender as ações. Entretanto, conforme já apontado por Santos (1996), é preciso considerar objetos e ações dentro de um sistema único e indissociável.

No que diz respeito ao conceito de *norma*, Silveira (informação verbal)⁵³ indica que as firmas e organizações são cada vez mais pautadas pelas normas. Como a norma é algo pré-definido por intencionalidades, que deve ser acatado e seguido por um grupo social ou mesmo por toda sociedade, a autora ressalta que a norma tem o papel de reduzir a espontaneidade, pois não deixa de ser um mecanismo de controle social. “A norma já é uma ação, que pretende garantir uma intencionalidade.” Assim, conforme as intencionalidades preponderantes, criam-se normas como as leis, políticas públicas, entre outros instrumentos normativos.

Na visão de Santos (1996), as normas de ordem técnica são também políticas, e determinadas pelos atores hegemônicos do capital. As normas, sejam elas jurídicas, financeiras ou técnicas, estão profundamente adaptadas às necessidades do mercado. Tais normas aumentam a rigidez do sistema, e, portanto, a idéia de flexibilidade e flexibilização apresenta-se como uma falácia para o autor.

[...] quando tanto se fala em flexibilização e flexibilidade como características do presente modelo de acumulação, defrontamo-nos com o verdadeiro endurecimento organizacional, devido à indispensabilidade das normas de ação, tanto mais rígidas quanto mais se pretende alcançar a produtividade e a sacrossanta competitividade. (p. 144).

⁵² Periodizar é necessário, pois os usos são diferentes nos diversos momentos históricos. A periodização busca encontrar e desenvolver nexos horizontais e verticais (SILVEIRA, 1999).

⁵³ Informação verbal retirada de exposição de Maria Laura Silveira sobre Conceitos da Geografia Contemporânea, ministrada dentro da disciplina Seminários de Pesquisa, do programa de pós-graduação em Geografia da UFSC, em maio de 2003.

A questão da escala geográfica também influencia as normas, pois estas “são criadas em diferentes níveis geográficos e políticos, mas as normas globais, induzidas por organismos supranacionais e pelo mercado, tendem a configurar as demais, inclusive as normas públicas” (SANTOS, 1996, p. 201). A criação dessas normas globais contribui para a formação e para a propagação das verticalidades. Já as normas do Estado-nação, de cada Estado de uma federação, de regiões e municípios, apesar de estarem ligadas às verticalidades, ou seja, a determinações globais, têm uma área de atuação restrita (território nacional, Estado, região, município).

2.10. A aplicação dos conceitos de evento, periodização e situação para o recorte da pesquisa

Partindo dos conceitos de evento, situação e periodização, preocupamo-nos em identificar um evento como o objeto principal dessa pesquisa. Tal evento é delimitado temporalmente por meio de uma periodização, e se manifesta espacialmente em um determinado lugar, que, por sua vez, já carrega consigo outros eventos sobrepostos, que formam uma situação.

Buscamos, neste momento, apresentar o evento selecionado, considerando uma periodização que permita apreender a *origem* e a *realização* do *evento*, assim como discorrer sobre a situação que permitiu sua manifestação. Portanto, o evento escolhido como objeto de pesquisa é o **Circuito Italiano de Turismo Rural do município de Colombo – PR**, criado oficialmente em 1999. Seguindo a proposta teórico-metodológica de Milton Santos (1996), procuramos estabelecer a *escala de origem* das variáveis envolvidas na produção do evento, bem como a *escala da realização* (materialização) do evento. Assim, **a expansão do Turismo Rural e sua ligação com a retórica do desenvolvimento sustentável** se constitui na verticalidade responsável pela origem do evento; enquanto o **Circuito Italiano de Turismo Rural**, situado no município de Colombo – PR, corresponde ao evento materializado no lugar⁵⁴.

Em relação à *periodização*, delimitamos temporalmente o objeto da pesquisa a partir de duas periodizações. Uma, é referente à escala de origem do evento, ou seja, à ideologia de que a expansão do turismo rural deve ser incentivada, pois tal modalidade turística é tida como uma alternativa ao turismo de massa, e pode conduzir ao desenvolvimento local/sustentável. Tal retórica surge no início da década de 1990.

Outra periodização diz respeito à implantação do Circuito Italiano de Turismo Rural em Colombo – PR (escala de realização do evento), ocorrida a partir de 1999. Antes

⁵⁴ Cabe ressaltar que, além de procurarmos apreender este evento (Circuito Italiano de Turismo Rural) como um todo, nos propusemos discutir com mais detalhes a relação entre turismo rural e agricultura familiar, identificando os agricultores familiares envolvidos com o Circuito, levantando as transformações que vêm ocorrendo na unidade familiar, e relacionando as impressões empíricas com o debate teórico sobre a temática.

disso foram, no entanto, desenvolvidas ações que se apresentam como elementos constituintes da *situação* identificada (Capítulo II), e que contribuíram para a realização do *evento* no lugar (Capítulo IV). Destacam-se, nesse contexto, um projeto de instalação de tanques para peixes em propriedades rurais do município de Colombo e o plano de criação do Anel de Turismo da RMC, ambos planejados e executados por técnicos da COMEC e EMATER a partir do início da década de 1990.

Desta forma, num primeiro momento (Capítulo II), apresentamos a *situação* geográfica que permite e fundamenta a manifestação do *evento*, considerando as características gerais da Região Metropolitana de Curitiba e do município de Colombo, e as ações – anteriores à inauguração do CITUR – que influenciaram sua implantação.

Em seguida (Capítulo III), buscamos sistematizar o debate sobre a *escala de origem do evento*, ou seja, sobre a disseminação da ideologia de expansão territorial do turismo rural como vetor de desenvolvimento sustentável, considerando as verticalidades (aspectos globais) que influenciam essa retórica. Para tanto, abordamos o lazer e o turismo na contemporaneidade; as dimensões do turismo; a idéia de desenvolvimento sustentável e de turismo sustentável; e o turismo rural como modalidade alternativa/sustentável. Além disso, discutiremos sobre o incentivo ao turismo rural, e suas implicações socioespaciais, com ênfase na realidade brasileira e nas políticas públicas de turismo e de turismo rural no Brasil.

Ao trabalharmos com a *escala de realização do evento*, materializado no Circuito Italiano de Turismo Rural de Colombo – PR (Capítulo IV), partimos das *horizontalidades* do lugar, resgatando a gênese e o desenvolvimento do Circuito de Turismo Rural, os atores endógenos e exógenos envolvidos e suas intencionalidades, e a situação atual do Circuito. Ao chegar à análise do lugar, buscamos, portanto, apreender as ações e os atores que carregam consigo as *verticalidades*, manifestadas na incorporação e na propagação da racionalidade hegemônica global, que chamamos também de racionalidade economicista/mercantil; bem como os atores que possuem uma racionalidade vinculada ao lugar, que consideramos mais abrangente, pois, além dos benefícios econômicos, incorpora questões de identidade local, saúde da família e qualidade de vida.

Buscamos, também, identificar, durante o desenvolvimento do CITUR, a existência de atores externos ao lugar (município de Colombo) – que podem representar firmas ou instituições de âmbito regional (RMC), estadual e federal, - as ações realizadas e suas *intencionalidades*. Desse modo, procuramos utilizar a proposta analítica de Milton Santos (1996) em nossa pesquisa, aliando o local ao global, o particular ao universal, e dialogando com os conceitos teóricos apresentados.

Além dos conceitos trabalhados por Milton Santos, que foram utilizados para o recorte espacial e temporal da pesquisa, bem como para a aplicação na realidade

empírica estudada, procuramos apresentar outros conceitos ligados ao rural e à agricultura familiar, que também foram incorporados na análise do Circuito Italiano de Turismo Rural (CITUR).

3. O rural contemporâneo

As consequências da globalização e do meio técnico-científico-informacional podem ser verificadas na tecnicização, na racionalização e na complexificação do espaço geográfico, gerando transformações espaciais características da contemporaneidade. Um exemplo ocorre com o debate entre urbano e rural, entre cidade e campo, cada vez mais acirrado, seja na Geografia, na Sociologia, na Antropologia, entre outras ciências.

Tradicionalmente, a Geografia vem utilizando os conceitos de espaço urbano para se referir às cidades, ou seja, a aglomerações com alta densidade populacional e técnica, e de espaço rural para as demais áreas não urbanizadas e, de alguma forma, ocupadas, porém com uma pequena densidade populacional. Todavia, o debate acerca das definições e características do urbano e do rural permanece intenso e controverso.

Devido ao fato de nosso enfoque residir no rural, cabem algumas explicações sobre o conceito de *espaço rural*. Marques (2002) atribui relevância à terra e aos elementos naturais como característicos do espaço rural⁵⁵. Outro aspecto indicado pela autora diz respeito à questão da identidade local, ou seja, a maior territorialidade dos atores rurais em relação aos urbanos. Marques também utiliza uma publicação de Kayser (1990), publicação que define o espaço rural como um modo particular de utilização do espaço e da vida social. Os atributos definidores do rural para Kayser envolvem a baixa densidade populacional e técnica; o predomínio de paisagens com vegetação, e de atividades agro-silvo-pastoris; e uma forte identidade territorial coletiva, que busca afirmar o rural como espaço distinto do urbano.

No que tange ao espaço urbano, entendemos que este decorre de uma densificação populacional no espaço, da inserção de objetos técnicos (tecnicização), e da racionalidade técnica, que percebe, nas aglomerações populacionais, possibilidades para o desenvolvimento de cidades e, conseqüentemente, facilidades para concentração da produção e da circulação de mercadorias, pessoas, atividades e capital. Ademais, cabe a ressalva de que toda paisagem/espaço considerado urbano, ou seja, toda cidade, sempre se sobrepõe ao rural ou ao “natural”. Assim, todo urbano já foi rural, mas nem todo rural será urbano.

Carlos (2003) apresenta importantes considerações sobre a delimitação rural/urbano nos dias atuais. Para a geógrafa, “urbano” e “rural”, longe de serem meras

⁵⁵ O espaço rural corresponde a um meio específico, de características mais naturais do que o urbano, que é produzido a partir de uma multiplicidade de usos nos quais a terra ou o “espaço natural” aparecem como um fator primordial, o que tem resultado muitas vezes na criação e na recriação de formas sociais de forte inscrição local, ou seja, de territorialidade intensa. (p. 109).

palavras, são conceitos que reproduzem uma realidade social concreta. A simples delimitação espacial do que se acredita ser urbano ou rural nos diz muito pouco sobre os conteúdos do processo de urbanização brasileira, no momento atual.

Apesar da complexificação do espaço geográfico em virtude do avanço das técnicas e da densificação de objetos técnicos, e considerando a diversidade de opiniões sobre como caracterizar, classificar e interpretar as relações entre o urbano e o rural, optamos por trabalhar com os conceitos de urbano e rural, pois não achamos pertinente abandoná-los. Não obstante, o espaço urbano e o espaço rural são cada vez mais dinâmicos e interligados, sendo necessários avanços teórico-metodológicos para sua interpretação, fato que conduz a um amplo debate, que procuraremos resumir aqui.

3.1. Interpretações sobre a relação cidade/campo

De forma geral, existem duas correntes interpretativas sobre a relação campo/cidade (MARQUES, 2002). Uma delas é a famosa visão dualista e dicotômica, de oposição entre rural e urbano, onde o campo refletiria o atraso, enquanto a cidade corresponderia ao progresso, ao moderno. A outra corrente é a do *continuum* rural-urbano, fundamentada na idéia de que o avanço do processo de urbanização é responsável por mudanças significativas na sociedade em geral, atingindo também o espaço rural e aproximando-o da realidade urbana.

A concepção dualista predominou por décadas no Brasil, porém, nos dias atuais, há uma ampla aceitação da corrente do “*continuum* rural-urbano”, pois esta se encontra mais adaptada à dinâmica espacial contemporânea⁵⁶.

Dentro da corrente do *continuum*, muito debatida e utilizada na atualidade, Wanderley (2002) ressalta a existência de duas interpretações, sendo a urbano-centrada, defendida por Rambaud, que aponta para a homogeneização espacial e social, e para o fim da realidade rural; e outra, que considera o *continuum* rural-urbano como uma relação que aproxima e integra dois pólos extremos. Nesta última, mesmo considerando as semelhanças e a continuidade entre o rural e o urbano, as relações entre campo e cidade não excluem as particularidades, não representando o fim do rural. Essa visão é a adotada por Wanderley (2002), Alentejano (2003), Carneiro (1999), entre outros.

No Brasil, destaca-se o conceito de *rurbano* como referência à urbanização do rural, apresentado por José Graziano da Silva. A ênfase dada por Graziano é de uma urbanização física do rural, em função da inserção de novas atividades econômicas, sobretudo as não agrícolas, atividades que, na visão do autor, vêm conduzindo ao “novo rural”. Para o pesquisador,

⁵⁶ “O conceito de *continuum* rural-urbano permite identificar a proximidade e a continuidade espacial entre o meio rural e o urbano, e reforça a constituição de identidades referidas às diferenças espaciais e o sentimento de pertencimento ao meio rural.” (WANDERLEY, 2000, p. 107).

as novas dinâmicas em termos de geração de emprego e renda no meio rural brasileiro têm origem urbana, ou seja, são impulsionadas por demandas não-agrícolas das populações urbanas, como é o caso das dinâmicas imobiliárias por residência no campo e dos serviços ligados ao lazer (turismo rural, preservação ambiental, etc.). (GRAZIANO DA SILVA, 2001, p. 44).

Na visão de Graziano da Silva (1997), há um duplo processo de urbanização do campo brasileiro, caracterizado pela expansão da produção urbana para setores modernizados da agricultura; e pela expansão de atividades tipicamente urbanas para áreas de agricultura modernizada⁵⁷.

Segundo Rodrigues (2001, p. 441), “o que caracteriza o novo rural é o fato de não envolver apenas atividades agropecuárias e agro-industriais. Novas atividades surgem dando ao campo funções que ele não tinha anteriormente”. Essas atividades não agrícolas estariam ligadas à indústria, à prestação de serviços diversos e à busca do rural pela população urbana para o lazer, o descanso e a residência.

Graziano da Silva (1997) coloca que o novo rural é composto por quatro subconjuntos:

- agropecuária moderna, vinculada às agroindústrias, formando os complexos agroindustriais;
- conjunto de atividades de subsistência, bastante rudimentares. Sem-sem (trabalhadores sem nada/excluídos);
- conjunto de atividades não agrícolas, ligadas ao lazer, moradia, e várias atividades industriais e de prestação de serviços;
- “novas” atividades agropecuárias, voltadas a um mercado menor e mais sofisticado (criação de aves exóticas e outros animais para alimentação e venda; ornamentação com espécies vegetais - flores).

Lima (2005) apresenta críticas à abordagem de Graziano, quando este destaca o aparecimento de ocupações não agrícolas como a “salvação da lavoura”. Para Graziano, foi a possibilidade de obter ocupações e rendas não agrícolas que impediu o abandono das propriedades, sobretudo pelos mais jovens. Deve-se entender, contudo, como bem aponta Lima, que a realidade empírica das pesquisas de Graziano é eminentemente a paulista, bem diferente de outras regiões do Brasil. Ao se fundamentar no contexto rural do Estado de São Paulo, onde o desenvolvimento do capitalismo é avançado, a abordagem de Graziano apresenta limitações no que tange ao restante da realidade rural brasileira, bastante heterogênea.

⁵⁷ O que Graziano da Silva chama de expansão da produção urbana, preferimos denominar expansão técnica, pois a produção de objetos técnicos - apesar de estar concentrada em indústrias localizadas em núcleos urbanos - não se constitui necessariamente em um fenômeno urbano, mas, sim, em um fenômeno técnico/industrial. Da mesma forma, nem todas as atividades não agrícolas que vão se instalando no campo são atividades eminentemente urbanas. Um exemplo são as atividades recreativas e o turismo rural.

Alentejano (2003) entende que Graziano importa uma concepção de novo rural dos países de capitalismo avançado, sobretudo da Europa, e que esta concepção não se encontra adaptada à realidade brasileira⁵⁸.

Concordamos com as críticas à abordagem de Graziano, porém nosso interesse em apresentar a visão do autor reside no fato de este trabalhar com a idéia de *continuum* urbano-rural, na perspectiva urbano-centrada, enfatizando a tendência de urbanização física do espaço rural.

Apesar de também defender a tese de urbanização do rural, Rambaud (1982 apud Wanderley, 2000) acredita que a urbanização do campo corresponderia ao controle das cidades sobre o campo, porém não se constitui necessariamente em uma urbanização física, mas, sobretudo, ideológica⁵⁹. Além de Graziano da Silva e de Rambaud, autores como Lefebvre, Milton Santos, Otavio Iani, Ana Fani Carlos e João Rua, destacam a forte influência do processo de urbanização no campo, apesar de apresentarem diferentes abordagens.

Marques (2002) resgata Lefebvre para trabalhar a relação urbano/rural, mostrando que, para o geógrafo francês, o espaço rural e o urbano são concebidos como partes constitutivas de uma totalidade que se forma na diversidade. Apesar da referência ao rural como espaço singular, que abriga a natureza, Lefebvre percebe o espaço rural cada vez mais envolvido pelo tecido urbano, tecido que, além das cidades, é constituído pelos espaços construídos para a circulação da mercadoria e das pessoas.

[...] o tecido urbano não designa de maneira restrita, o domínio edificado das cidades, mas o conjunto de manifestações do predomínio da cidade sobre o campo. Nessa acepção, uma segunda residência, uma rodovia, um supermercado em pleno campo, fazem parte do tecido urbano. (RUA, 2005, p. 50).

Entendemos que esse conceito de tecido urbano amplia a idéia de espaço urbano, pois inclui vias de circulação e outros objetos técnicos que permeiam o espaço rural. Por conseguinte, rodovias, ferrovias, torres de transmissão de informações, redes de energia, entre outros objetos técnicos presentes no espaço rural, corresponderiam ao tecido urbano⁶⁰.

Rua (2005) também se fundamenta em Lefebvre para propor o conceito de urbanidades, principalmente quando considera a urbanização ideológica como mais ampla e eficaz em relação à urbanização física.

Milton Santos (1996) enfatiza a constante modernização e tecnicização da agricultura como um aspecto que aproxima o campo da cidade. “Nas condições atuais do meio técnico-científico, os fatores de coesão entre a cidade e o campo se tornaram mais

⁵⁸ “Não se pode pensar o rural brasileiro nos termos em que é pensado nos países do capitalismo avançado: nossa realidade não dá suporte para uma representação do rural como predominantemente não-agrícola” (p. 29).

⁵⁹ O conceito de urbanização ideológica é atribuído a Lefebvre (RUA, 2005).

numerosos e fortes.” (p. 227). Santos atribui maior relevância à cidade como condicionante das transformações socioespaciais no meio rural, ao ponderar que “a agricultura moderna, à base de ciência, tecnologia e informação, demanda um consumo produtivo cuja resposta, imediata, deve ser encontrada na cidade próxima.” (p. 227). Nesse sentido, além de a cidade ter um papel relevante no tipo de produção agrícola, ao demandar determinados produtos, esta, em função das técnicas disponíveis para a produção, armazenamento, acondicionamento e circulação do que é cultivado no campo, influencia as formas de trabalho, produção e comercialização no meio rural.

Com a globalização, a especialização agrícola baseada na ciência e na técnica inclui o campo modernizado em uma lógica competitiva que acelera a entrada da racionalidade em todos os aspectos da atividade produtiva, desde a reorganização do território aos modelos de intercâmbio e invade até mesmo as relações interpessoais. A participação no mundo da competitividade leva ao aprofundamento das novas relações técnicas e das novas relações capitalistas. (SANTOS, 1996, p. 242).

Santos (1996) destaca a racionalidade hegemônica como o grande fator de difusão das técnicas, de transformação do espaço geográfico, seja no campo ou na cidade, e, conseqüentemente, como um aspecto determinante do predomínio do meio técnico-científico-informacional. Todavia, ao afirmar que “a racionalidade não pode se exercer plenamente se a materialidade não oferecer as condições técnicas” (p. 234), o autor não deixa de atribuir relevância às coisas (elementos da natureza) e aos objetos técnicos presentes anteriormente nos lugares, como fundamentais para o exercício e fortalecimento dessa racionalidade. Assim, existe uma racionalidade que é hegemônica, uma razão global, de modo que é possível percebê-la em todos os lugares através do domínio exercido pelos agentes hegemônicos do capital.

A busca incessante por produtividade leva ao maior uso da técnica no campo, a uma padronização da produção agropecuária e, por conseguinte, à redução da biodiversidade dos ecossistemas. Ao pautar-se no lucro ilimitado, a lógica do mercado global ignora e compromete a riqueza natural dos ecossistemas mundiais, ampliando os problemas da humanidade em relação à qualidade ambiental do planeta.

Plantas e animais já não são herdados das gerações anteriores, mas são criaturas da biotecnologia; as técnicas a serviço da produção, da armazenagem, do transporte, da transformação dos produtos e da sua distribuição, respondem ao modelo mundial. [...] o todo é movido pela força (externa) dos mitos comerciais, essa razão do mercado que se impõe como motor do consumo e da produção. (SANTOS, 1996, p. 242).

Desta forma, para Santos (1997, p. 96), “a racionalidade perversa se instala com mais força no campo”, pois o campo responde aos interesses do capital de forma mais rápida que na cidade. Assim, as áreas de agricultura moderna se tornam mais

⁶⁰ Apesar de acharmos pertinente o conceito atribuído por Lefebvre, preferimos trabalhar com a idéia de tecnicização como mais ampla que a de urbanização. Esta será desenvolvida posteriormente.

vulneráveis que as cidades, em função da menor quantidade de atores sociais envolvidos e dos interesses em comum desses atores propagadores da agricultura tecnicizada. Por conseguinte, tais áreas são facilmente comandadas pelos atores hegemônicos.

Considerando as mudanças socioespaciais decorrentes da globalização, Carlos (2003) aponta para uma nova dinâmica no campo, haja vista que nossa época se caracteriza pela constituição da sociedade urbana realizando-se num espaço mundial, articulado, mas profundamente hierarquizado. Isso não significa, no entanto, que o campo deixe de existir, mas que ele se articula agora num outro plano ao conjunto do território, com outras particularidades. As atividades voltadas ao turismo no campo, por exemplo, encaminham nesta direção.

Diante dessa nova realidade, a de que o campo agora se articula num outro plano ao conjunto do território, a questão que se reveste importância, na realidade, é qual o conteúdo do processo de urbanização, hoje, e quais as estratégias que apóiam o processo de reprodução continuada da cidade e do campo – no plano econômico, político e social. Assim, se, de um lado, a gestação da sociedade urbana vai determinando novos padrões que se impõem de fora para dentro, pelo poder da constituição da sociedade de consumo, num espaço-tempo diferenciado e desigual, de outro aponta que a realidade produzida é profundamente desigual, revelando a dialética do mundo (CARLOS, 2003).

Iani (1996) chega a tomar uma posição radical em relação à questão urbano-rural em tempos de globalização, ao destacar a dissolução do mundo agrário e a incorporação generalizada da urbanização como modo de vida. Com o “desenvolvimento extensivo e intensivo do capitalismo no mundo, ocorre uma crescente e generalizada transformação das condições de vida e trabalho no mundo rural. [...] a tecnicização, maquinização e quimificação dos processos de trabalho e produção no mundo rural expressam o industrialismo e o urbanismo” (p. 16/17). Conseqüentemente, a sociedade agrária perde sua importância quantitativa e qualitativa no jogo das forças sociais, pois o mundo agrário já está emaranhado pela atuação das empresas e corporações agroindustriais.

Considerando o poder do capital hegemônico, traduzido nas corporações transnacionais e no processo de globalização, Iani decreta o fim da contradição cidade e campo, pois, segundo ele, nos dias atuais o mundo agrário transforma-se em conformidade com as exigências da industrialização e da urbanização⁶¹.

Iani (1996, p. 49) também se refere à ampla dependência do campesinato e da pequena produção ao capital globalizado, traduzidos na articulação com grandes empresas agropecuárias. “A pequena produção continua a ser importante no conjunto da

⁶¹ A revolução que a globalização do capitalismo está provocando no mundo agrário transfigura o modo de vida no campo, em suas formas de organização do trabalho e produção, em seus padrões e ideais socioculturais, em seus significados políticos. Tudo que é agrário dissolve-se no mercado, no jogo das forças produtivas operando no âmbito da economia, na reprodução ampliada do capital, na dinâmica do capitalismo global. (IANI, 1996, p. 52).

vida sócio-econômica no mundo agrário. Entretanto, essa encontra-se em geral determinada pelas exigências da grande produção.”

Apesar de concordarmos que a racionalidade técnica vigente que invade o campo, abordada por Santos (1996), é comandada por corporações, firmas e atores sociais vinculados ao modelo de desenvolvimento urbano-industrial, não acreditamos na tese sobre urbanização e industrialização total do campo. Nesse sentido, consideramos exagerada a afirmação de Iani (1996) sobre a dissolução do mundo agrário e sua supressão pelos valores urbanos e industriais.

Outro autor que vem trabalhando com a relação urbano/rural é o geógrafo João Rua (2002 e 2005), ressaltando a entrada de valores urbanos no espaço rural por meio do conceito de urbanidades, porém relativizando as concepções de Iani (1996) e Graziano da Silva sobre um processo de industrialização e urbanização total do campo. Para Rua (2005), o capitalismo integra sem homogeneizar, de modo que o rural não está sendo destruído pela urbanização homogeneizadora. A urbanização e as urbanidades assumem aspectos dominantes em algumas regiões, enquanto são menos intensas em outras.

Rua (2002 e 2005) indica a crescente dependência do rural pelo urbano, entendendo o rural como um espaço incorporado/incorporador ao/do processo de urbanização, integrado ao urbano, mas guardando especificidades. Apesar das especificidades do rural, este tem sua participação intensificada em circuitos e redes sobre os quais não tem poder de decisão.

Rua (2002) também procura diferenciar a urbanização física da urbanização ideológica, apontando que a urbanização ideológica, cultural, extensiva, difusa (chamada de urbanidades), antecipa-se à urbanização física, formal. Rua (2005) entende que há uma escala de urbanização que abrange todo o território, mas também existem outras escalas em que acontecimentos locais terão de ser contemplados nas análises. Assim, portanto, na escala mais ampla (global), ocorre a urbanização ideológica, fruto da *razão global*, e que predomina na *psicosfera* (SANTOS, 1996). Já na escala local existem as leituras particulares desta urbanização ideológica, e sua materialização, que se dá sob forte influência da *tecnosfera*. Desta forma, a urbanização ideológica é mais ampla e impactante que a urbanização física/formal, pois muda comportamentos, tendo forte influência da TV (RUA, 2005) e de outras mídias.

Nesse sentido, Rua (2005) vê como urbanização do campo a incorporação de hábitos de consumo urbanos no meio rural, não sendo necessária e imprescindível a existência de uma urbanização física no espaço rural. Por conseguinte, além da urbanização física/material em partes do espaço rural, há uma urbanização cultural, não material, presente nos indivíduos e grupos que vivem no rural. Esta, mais difícil de ser detectada, é chamada de urbanidades, manifestando-se em primeiro lugar na dimensão

social e política (psicosfera), para posteriormente materializar-se por meio de ações e objetos técnicos de caráter urbano (tecnosfera). Assim, Rua busca ultrapassar o corte tradicional rural/urbano tendo por base *novas territorialidades*, que levariam a ruralidades e urbanidades, e estariam vinculadas à dimensão cultural/identitária de indivíduos e grupos sociais. “Desenham-se múltiplas espacialidades/territorialidades (híbridas de urbano e rural), numa integração multiescalar, que marcam o momento atual de (re) significação do rural e da natureza.” (RUA, 2005, p. 54).

Numa perspectiva sociológica, Wanderley (2000, p. 30) se posiciona contra a tese de urbanização do rural, pois vê o “meio rural como um espaço suporte de relações sociais específicas”, como “um singular espaço de vida”. Nessa citação, cabem questionamentos sobre essas especificidades das relações sociais, pois a população rural e o próprio espaço rural são condicionados ao estabelecimento de relações com o meio técnico-científico-informacional e, conseqüentemente, com o espaço urbano. Além disso, a construção do espaço rural não é decorrente somente da ação de indivíduos, grupos e firmas vinculados ao rural.

Apesar dessa ênfase no rural, Wanderley (2000) afirma ser necessário considerar a relação entre a dinâmica interna do rural e sua inserção em uma dinâmica social externa, fato que achamos imprescindível para apreender as limitações e afirmações das especificidades do rural, pois as cidades hoje exercem um domínio financeiro, administrativo e cultural sobre o campo. Como aspectos externos da transformação do meio rural, a autora aponta: a globalização da economia; a presença de instâncias internacionais ou macrorregionais na regulação da produção e do comércio agrícolas; a crise do emprego; as transformações pós-fordistas das relações de trabalho e novas formas de regulação.

Interpretando a abordagem de Wanderley, constatamos que a autora é contra a idéia de urbanização física do espaço rural, porém leva em consideração que o campo está cada vez mais condicionado aos interesses e à racionalidade técnica, concebidas e controladas nas cidades. Defende, contudo, a afirmação do rural como um espaço singular, a partir da revalorização do rural em países europeus, revalorização ligada às representações sociais do espaço rural como meio onde se destaca a natureza, a tranquilidade e um ritmo de vida mais lento⁶².

Essa valorização do rural pela sociedade urbana é chamada por Jean (1997 apud Wanderley, 2002) de *revitalização dos espaços rurais*, e, por Kayser, de *renascimento do rural*. Todavia, a realidade empírica desses dois autores apontados por Wanderley é a européia, bem diferente da realidade de países periféricos como o Brasil.

⁶² A afirmação da permanência do rural como espaço integrado, porém específico e diferenciado, é reforçada quando se levam em conta as representações sociais a respeito do meio rural. (WANDERLEY, 2002, p. 41).

Um dos autores que criticam a posição eurocêntrica de Wanderley é Moreira (2005, p. 24), ao ponderar que a realidade brasileira é diferente, de modo que “o surgimento de um novo mundo rural e de novas ruralidades no Brasil carrega a reprodução das desigualdades históricas e pode não representar a cidadania, a democracia e o bem-estar vivenciados nos países avançados”. Considerando que houve uma relativa paridade social entre a população urbana e rural na Europa, Wanderley (2002) aponta para uma tendência de homogeneidade entre o modo de vida urbano e rural, reduzindo as especificidades sociais de cada um. Como a autora defende, contudo, o rural como espaço singular, esta utiliza como principal argumento de diferenciação as representações sociais da população rural e urbana sobre o espaço rural. Para a população urbana, a imagem do rural como próximo à natureza passa a desempenhar um papel cada vez mais importante em suas representações sociais, de modo que no imaginário urbano, o rural se contrapõe ao artificialismo da vida urbana.

Entretanto, cabe ressaltar que é só a imagem (aparência/simbolismo) do rural que se encontra próximo à natureza, pois, apesar de as paisagens rurais carregarem elementos da natureza, a tecnicização do rural ocorre de forma similar ao urbano, isto é, sem muita preocupação com o funcionamento e estabilidade dos ecossistemas. A degradação ambiental no rural vem sendo intensa desde meados do século XX, quando se iniciou a “Revolução Verde”⁶³. Desmatamentos, queimadas, erosão dos solos, assoreamento e contaminação dos recursos hídricos, perda de biodiversidade, emissão de gases poluentes, problemas de saúde nos agricultores, entre outros impactos socioambientais, são exemplos das consequências desse processo de modernização da agricultura no Brasil e em outros países.

Assim, entendemos que essa valorização do rural parte da racionalidade hegemônica (SANTOS, 1996), racionalidade que, acima de tudo, busca novas formas de acumulação de capital. Na visão de Moreira (2005), a natureza que se concebe como rural é uma realização da cultura; os valores culturais que se concebem como rurais são realizações da cultura hegemônica (metropolitana, citadina e globalizada), que constrói um outro [espaço] não hegemônico (o rural e o agrícola) sob seu domínio.

Além da inserção de novas atividades econômicas no espaço rural (indústrias, serviços, lazer), as representações dos urbanos sobre o rural passam a vincular o meio rural com a natureza e a tranquilidade, valorizando espaços considerados atrasados e

⁶³ O termo Revolução Verde é atribuído ao processo de tecnicização da agricultura ocorrido após a Segunda Guerra Mundial, em virtude dos avanços científicos no que tange à mecanização e à quimificação de etapas da produção agropecuária. Ao mesmo tempo em que a Revolução Verde permitiu aumentar a produtividade e reduzir a força de trabalho e as adversidades nos cultivos (ao combater pragas), esta foi fundamental para ampliar a dependência dos agricultores em relação ao uso de máquinas e defensivos, bem como para reduzir a autonomia dos agricultores familiares, haja vista a concentração de terras e de riqueza nas mãos das empresas detentoras das tecnologias direcionadas à agricultura e pecuária. Iani (1996) afirma que a industrialização do mundo agrário já era evidente no séc. XIX e acelerou-se muito no séc. XX, tendo o período pós-segunda guerra mundial, intensificado e generalizado a presença e importância das corporações transnacionais na agricultura e pecuária.

restritos à produção agropecuária. Por conseguinte, aumenta o interesse dos cidadãos pelo espaço rural, seja para um passeio ou mesmo para residência (neo-rurais), fato que atribui maior heterogeneidade econômica e social ao espaço rural. Para Wanderley (2002), a diversidade econômica traz consigo a diversidade social aos espaços rurais, e os agricultores passam a ser minoria. Por outro lado, ressaltamos que a diversidade social também pode conduzir a uma diversificação econômica, como no caso da chegada de neo-rurais.

Com a procura pelas classes privilegiadas das áreas rurais, o campo torna-se o espaço (e objeto) do consumo diferenciado e, por isso, diferenciador de classes e até um indicador de *status*. (FREITAS, 2002). Percebemos, portanto, que essa justificativa apontada por Wanderley de ressignificação do rural como algo positivo para manter as especificidades do espaço rural encontra-se mais condicionada aos interesses da população urbana por um rural idealizado e imaginário, do que a uma verdadeira valorização das atividades, dos valores e das manifestações culturais da população rural.

Por conseguinte, várias comunidades rurais, animadas com o interesse pelo rural, procuram resgatar, reinventar ou até inventar costumes, tradições, pratos típicos e objetos característicos do rural. Esse fato pode contribuir para a auto-estima desta e para o aumento da renda familiar, porém, quando se fala de revitalização do rural, é preciso estar atento para as mudanças socioculturais que ocorrem com a população rural.

Na linha da defesa das especificidades do rural e contra a idéia de fim do rural por meio da urbanização, o geógrafo Alentejano (2003, p. 31) considera que “ainda há lugar para o rural como elemento de descrição e explicação da realidade, mas seu significado atual mudou”, pois há uma coexistência espacial entre urbano e rural, gerando interpretações sobre um novo urbano e um novo rural. Segundo Alentejano, “a diversidade é a marca fundamental deste novo rural, onde o capital avança sobre novas realidades (turismo rural, produção agroecológica), buscando apropriar-se delas.” (p. 33).

Apesar de acreditar em uma dinâmica própria do rural, Alentejano (2003, p. 31) reconhece que “a difusão dos meios de comunicação integra as áreas rurais à mesma dinâmica informacional e cultural das cidades”. Mesmo assim, a diferença entre urbano e rural é ressaltada pelo autor através das seguintes afirmações: “enquanto a dinâmica urbana pouco depende de relações com a terra, tanto do ponto de vista econômico como social e espacial, o rural está diretamente associado à terra. [...] [É a] intensidade da territorialidade que distingue o rural do urbano, podendo-se afirmar que o urbano representa relações mais globais, mais descoladas do território, enquanto o rural reflete uma maior territorialidade, uma vinculação local mais intensa”.

Os argumentos de vínculo com a terra e de maior territorialidade apresentados por Alentejano se mostram mais convincentes do que a concepção de base européia de Wanderley. Considerando, contudo, a heterogeneidade de atores sociais no espaço rural,

esse vínculo com a terra e a própria territorialidade precisam ser relativizados e constatados empiricamente, pois a população rural é heterogênea, e apresenta relações sociais com as cidades e com a ideologia urbana⁶⁴.

Como diferenciais do rural, Alentejano (2003, p. 31) destaca que:

as relações econômicas passam pela importância maior ou menor que a terra tem como elemento de produção, reprodução ou valorização. As relações sociais incluem as dimensões simbólica, afetiva, cultural, bem como os processos de herança e sucessão. As relações espaciais estão vinculadas aos arranjos espaciais de ocupação da terra, distribuição da infra-estrutura e das moradias.

Para Alentejano (2003), é preciso desmistificar as associações entre rural atrasado e urbano moderno, pois o domínio da técnica e da artificialidade não é exclusivo do meio urbano.

Numa perspectiva próxima à de Wanderley, Carneiro (2005) aponta como principais aspectos de mudança do rural a revitalização de localidades rurais com atividades tidas como urbanas; a valorização da natureza pela população urbana; a incorporação de hábitos e valores da cidade pela juventude rural; e a valorização do consumo material e simbólico de produtos “naturais”, “rurais” ou “tradicionais”.

Entendemos que os aspectos elencados por Carneiro têm origem eminentemente urbana, sendo condicionantes da urbanização física, mas, principalmente, da urbanização ideológica que se instala no campo e carrega consigo a racionalidade técnica. O crescimento de atividades urbanas no espaço rural, apesar de poder ser originário das estratégias de sobrevivência dos próprios agricultores, está vinculado ao interesse da sociedade urbana por paisagens, atividades, produtos e manifestações culturais representativos do espaço rural, e à influência de valores urbanos sobre a população rural, principalmente nos jovens. A valorização da natureza também é um movimento que parte das cidades, tendo no campo um espaço de maior proximidade com a natureza⁶⁵.

Enfim, apesar de concordar que o rural ainda guarda especificidades, e que tais especificidades se apresentam com intensidades diferenciadas nos lugares, não podemos negar a crescente influência da técnica, que, por sua vez, é preponderantemente urbana, e de suas implicações no espaço rural. Sabendo que a técnica também penetra e modifica o espaço rural, não o transformando necessariamente em espaço urbano, procuramos diferenciar a tecnicização do rural, da urbanização deste espaço.

⁶⁴ Sabendo disso, procuramos apreender as territorialidades, ou seja, as ruralidades e urbanidades dos agricultores familiares do CITUR, para verificar seus vínculos locais e suas relações extralocais.

3.2. A *tecnicização do rural*

Além do debate sobre a urbanização do rural e da inegável influência urbana, seja ela física ou ideológica, - apesar das especificidades do rural apontadas por Marques (2002) e Alentejano (2003) - geralmente há um forte vínculo da urbanização com a industrialização.

Ramnaud (1983 apud Lima, 2005, p. 48) afirma que a “indústria pode induzir o processo de urbanização”, provocando no campo “um crescimento tecnológico, a migração de agricultores e a aparição de novos mercados”. Todavia, entende que a atividade industrial “não transforma necessariamente o campo em uma cidade estruturada espacialmente e socialmente. Da mesma forma, a difusão cultural, econômica e política do fenômeno urbano” independe da industrialização. Nesse sentido, acreditamos que há uma diferença entre urbanização/industrialização do campo, e sua densificação técnica, que chamaremos de *tecnicização*, fenômeno mais abrangente e que pode ou não trazer consigo a urbanização e/ou a industrialização do rural.

Entendemos que há uma constante tecnicização do espaço geográfico, fruto de uma maior densidade técnica, seja no espaço urbano, periurbano ou rural. Portanto, antes da industrialização e/ou urbanização do campo, preferimos nos reportar a uma tecnicização do espaço rural, tecnicização que pode ou não conduzir a um processo de industrialização e/ou urbanização.

No rural tradicional, a tecnicização era incipiente, as técnicas eram endógenas e adaptadas às necessidades locais dos grupos sociais. Após a Segunda Guerra Mundial, a tecnicização do espaço rural esteve ligada ao processo de industrialização (a jusante e a montante), que permitiu a mecanização, a quimificação, o beneficiamento e a transformação da produção agropecuária. Hoje, a difusão e a incorporação das técnicas ainda são relativas e desiguais, fazendo com que existam áreas rurais com diversos graus de tecnicização. O fenômeno técnico e sua racionalidade (SANTOS, 1996), invadiu, porém, todo o espaço geográfico e, conseqüentemente, também o espaço rural.

Em nossa opinião, a tecnicização do campo se dá com a inserção de atores, de ações e de objetos técnicos no espaço rural. Os atores sociais podem ser do próprio espaço rural (agricultores, pecuaristas, trabalhadores rurais), ou de origem e atuação no espaço urbano, que buscam no rural um espaço para descanso (seja por meio da aquisição de segundas residências, ou em atividades de lazer e turismo), trabalho (prestadores de serviços) ou mesmo um espaço para residência (neo-rurais⁶⁵, trabalhadores urbanos que, por diversas circunstâncias, passam a viver no rural). O Estado também é um ator social plural (através de suas instituições, normas e

⁶⁵ Essa proximidade com a natureza depende muito das representações sociais e subjetivas sobre o que é “natureza”.

representantes políticos⁶⁷) a tecnicizar ou a incentivar a tecnicização de diversas formas no espaço rural, assim como as firmas e outros grupos que apresentam territorialidades rurais, sejam elas econômicas, políticas ou culturais.

Todos esses atores possuem intencionalidades que levam à execução de ações direcionadas a ampliar a densidade técnica/tecnicização do campo. Tais ações também podem ser de caráter rural (práticas agropecuárias e de manejo dos recursos naturais, estabelecimento de áreas protegidas, organização de atores rurais), urbano (criação de um condomínio fechado, promoção de eventos urbanos, como festas e reuniões, instalação de uma indústria), ou sem essa distinção (instalação de uma escola ou posto de saúde, construção de uma estrada ou ponte, políticas públicas, entre outras).

As ações desencadeadas pelos atores, além de dependerem da existência de objetos técnicos já instalados, levam à inserção de novos objetos técnicos, que, por sua vez, também podem ser de caráter urbano (indústrias, postos de combustível, computadores com internet, antenas parabólicas), rural (plantações, máquinas agrícolas, silos, aviários) ou sem essa distinção (redes de energia elétrica, estradas, escolas).

Fica perceptível que há uma complexificação técnica no rural, fruto da instalação de técnicas, por meio de atores, de ações e de objetos, e do predomínio crescente da racionalidade técnica no rural (que é controlada em parte pelo urbano, e se manifesta com mais intensidade nas cidades). Então, a tecnicização do campo não estaria restrita somente aos objetos (matéria), mas também ao simbólico, ideológico e cultural, ou, como diria Santos (1996), condicionada à *tecnosfera* e à *psicosfera*.

Não obstante, percebemos que há uma diferença entre a tecnicização do espaço rural e a industrialização e/ou urbanização deste. O processo de tecnicização do campo acaba desencadeando a ampliação de valores urbanos, seja através de uma indústria, da prestação de serviços aos cidadãos (comercialização, lazer, turismo), da chegada de novos veículos de comunicação (celular, canais de TV e rádio, internet), contribuindo para a urbanização ideológica, como aponta Rua (2002). A tecnicização do campo não conduz, no entanto, necessariamente à industrialização ou à urbanização física do rural, nem à urbanização ideológica, pois alguns valores rurais (ruralidades) podem ser resgatados ou reafirmados como aspectos identitários do modo de vida rural⁶⁸.

⁶⁶ Os neo-rurais correspondem a indivíduos que vivem nas cidades e passam a buscar o campo como espaço de residência, em função, sobretudo, da tranquilidade e da proximidade com a "natureza". Rua (2005) entende que os neo-rurais são fundamentais para a urbanização do campo.

⁶⁷ Existem representantes políticos que vêm do meio rural, atuam para a defesa de interesses relacionados ao rural, sobretudo ao setor agropecuário, e geralmente são eleitos por pessoas que residem e/ou possuem vínculos com o espaço rural. Da mesma forma, existem representantes políticos do urbano e de seus interesses, representantes de outras classes (políticas, econômicas e sociais), e aqueles não necessariamente vinculados ao espaço urbano ou rural.

⁶⁸ Sabemos que essa valorização do rural pode ter origem no campo ou nas cidades, e estar vinculada ao interesse dos cidadãos por experiências diferentes da rotina, e à busca de lucro com o rural. Mesmo acreditando na forte influência da urbanização ideológica frente essa busca pelo rural, não podemos generalizá-la para todos os casos, pois podem existir ações direcionadas à afirmação de identidades rurais, sem objetivar atrair lucros e pessoas da cidade.

Em alguns casos (condomínios residenciais no rural, instalação de uma indústria, de um complexo industrial, de um centro de convenções, entre outros) essa tecnicização pode levar à urbanização física. Como exemplo citamos uma indústria que se instala no meio rural e acaba atraindo um adensamento populacional e, conseqüentemente, infraestrutura e estabelecimentos de comércio, serviços, entre outros. Esse adensamento técnico e populacional pode levar à criação de um aglomerado urbano (bairro, distrito ou cidade). Apesar desse exemplo, entendemos que a urbanização não depende da industrialização, e vice-versa. Assim, partes do rural podem ser tecnicizadas sem serem industrializadas ou urbanizadas. Da mesma forma, pode haver uma industrialização de partes do rural sem levar à urbanização deste.

A tecnicização do espaço rural e o maior interesse da sociedade urbana pelo rural aumentaram, porém, a heterogeneidade técnica e social desse espaço, de modo que os interesses e os projetos sobre o rural não se originam exclusivamente do mesmo espaço. Partindo do princípio de que esses projetos e interesses no rural sempre estiveram ligados de alguma forma à lógica de acumulação capitalista, podemos afirmar que, com o aumento do interesse do capital pelo rural nos dias atuais, a racionalidade técnica hegemônica invade e condiciona a dinâmica do espaço rural.

Então, o processo de tecnicização do espaço rural é decorrente da expansão da territorialização do capitalismo no campo, iniciado com a agricultura e pecuária, e que hoje incorpora outras atividades não agrícolas, como o lazer e o turismo. Essa tecnicização conduz à inserção de ações e de objetos técnicos (da indústria, do lazer, dos serviços, do agronegócio), geralmente concebidos, produzidos e vendidos a partir de uma racionalidade técnica e urbana.

Não podemos ignorar que o rural e o urbano fazem parte de algo único, contínuo e interdependente, que é o espaço geográfico. Sabendo das dificuldades e da impertinência (CARLOS, 2003) em delimitar o espaço rural do espaço urbano, autores como Carneiro (1998 e 1999) e Rua (2002 e 2005) vêm optando pela idéia de ruralidades e urbanidades como fenômenos do rural e do urbano. As ruralidades seriam objetos e ações característicos do rural, e fazem parte da identidade da população rural, enquanto as urbanidades corresponderiam a objetos e práticas de caráter urbano. Todavia, assim como o espaço urbano e rural estão imbricados, o mesmo acontece com as ruralidades e urbanidades. Além da existência de atores, objetos técnicos e ações de caráter urbano no meio rural, conduzindo a urbanidades no espaço e na sociedade rural, existem atores, ações e objetos técnicos característicos do rural (com origem rural ou industrial-urbana) que acabam se inserindo no urbano (estilo *country*, músicas, festas, hortas), levando a ruralidades no espaço e na sociedade urbana.

3.3. Ruralidades e urbanidades

Os conceitos de ruralidades e urbanidades vêm sendo trabalhados como referências a territorialidades de indivíduos e grupos sociais, sejam elas socioculturais, econômicas e/ou políticas, assim como a objetos e ações característicos do espaço rural ou urbano. Objetos e ações estão, contudo, imbricados, influenciando territorialidades e também demonstrando territorialidades⁶⁹. Apesar de imbricados, Souza (1995) aponta que as ações precedem aos objetos, pois, para que um objeto se materialize no espaço, são necessárias relações sociais anteriores, com intencionalidades (SANTOS, 1996) sobre a existência do objeto.

Nos referenciais teóricos em que nos fundamentamos para discorrermos sobre a ruralidade, percebemos a existência de duas correntes de interpretação. A primeira, pautada na idéia de *nova ruralidade*, vê essa ruralidade como um processo geral de revalorização do rural, revalorização que, por sua vez, vem sendo disseminada e incentivada por instituições globais, por meio de financiamentos e de políticas públicas (geralmente de cima para baixo). Essas instituições globais, como o Banco Mundial, BID, entre outras, comandadas pelos agentes hegemônicos do capital, defendem o discurso de revalorização do rural como elemento de redução da pobreza e da desigualdade social, porém têm como interesse implícito a ampliação das relações capitalistas no campo por meio de novas atividades agrícolas e não agrícolas no espaço rural.

Os pesquisadores do IICA (Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura), Echeverri e Ribero (2005), representam bem essa corrente que entende a nova ruralidade como algo já existente, simplesmente em função do interesse de instituições globais em propagar essa idéia.

Um fato culminante é a reorientação que vem ocorrendo em instituições financeiras e técnicas a serviço do desenvolvimento dos países, como o Banco Mundial e o BID, que passam atualmente por processo de revalorização do rural, cuja manifestação mais importante é a prioridade da atenção que prestam aos territórios rurais, sob as premissas do enfoque da *nova ruralidade* como estratégia de intervenção para o combate à pobreza e às seqüelas derivadas de quadro de exclusão social generalizada. (p. 15).

Echeverri e Ribero (2005) defendem a transição do planejamento setorial e centralizado para o territorial e descentralizado, porém acreditam que a economia de mercado, ao incorporar as dimensões política e ambiental, pode conduzir à ampliação de benefícios para as populações rurais, fato, em nossa opinião, altamente questionável.

Nessa perspectiva, a nova ruralidade não é algo construído socialmente pela população rural, mas mais uma idéia imposta por organismos concentradores do poder, cristalizada no discurso, porém muitas vezes não concretizada, que passa a ser utilizada e propagada por diversos pesquisadores como novos aspectos da realidade do espaço

⁶⁹ Para Souza (1995), os espaços concretos (objetos) são substratos materiais da territorialidade.

rural. Nesse sentido, há uma rápida incorporação e divulgação da retórica como se esta fosse fundamentada na realidade empírica, mostrando que teorias passam a orientar a prática sem necessariamente serem desenvolvidas com base em constatações empíricas.

Em termos de discurso, o rural não é mais o agrícola, é o campo, uma paisagem rural associada à natureza, à memória de uma sociedade camponesa, um patrimônio a preservar. Cai a lógica produtivista e vem à tona a da qualidade de vida. A nova ruralidade se torna um estilo de vida. Opondo-se ao rural agrícola homogêneo, a ruralidade torna-se o rural da diversidade; a noção de paisagem reproduz a estetização da ruralidade, associada à natureza. (LIMA, 2005, p. 45).

Lima enfatiza o discurso sobre a nova ruralidade e afirma que esta se torna um estilo de vida. Cabe, aqui, questionar se essa ruralidade é um estilo de vida para a população rural ou para a urbana, e se esta já se tornou ou deve se tornar um estilo de vida. Apesar dessas dúvidas, Lima (2005) afirma que a diversidade (de produtos, de atores e de atividades) e a natureza se apresentam como elementos da nova ruralidade.

Wanderley (2002), utilizando como referencial a realidade européia, fala da emergência de uma nova ruralidade, em virtude das novas funções definidas para o espaço rural europeu, sendo: a agricultura, a silvicultura, a aquacultura e a pesca; atividades econômicas e culturais (artesanato, serviços, indústrias); espaço para lazer e reservas naturais; e moradia.

Apesar da existência dessa nova ruralidade na realidade empírica européia, traduzida pelas atividades elencadas acima, foram políticas públicas da União Européia, como a PAC (Política Agrícola Comum) de 1992 e os Programas LEADER, a partir de 1994, os grandes incentivadores e disseminadores desses elementos característicos da nova ruralidade propagada na retórica oficial de instituições internacionais, supranacionais e nacionais. Resta saber se essa nova ruralidade é reflexo de ações e anseios da população rural, transformados em políticas públicas, ou se é mais um projeto implementado *de cima para baixo*, que atinge e modifica as relações produtivas, econômicas, sociais e ambientais no espaço rural.

Demonstrando preocupação com a importação de teorias e idéias de outras realidades distantes da brasileira, Moreira (2005) tece críticas a Wanderley, no que tange à aplicação da concepção de ruralidade da Europa, no Brasil. Ao entender que a realidade dos países periféricos é bem diferente da européia, Moreira propõe a consideração de que existem duas narrativas sobre o rural: uma pautada na realidade da modernidade européia, e outra na das modernizações incompletas da periferia latino-americana, em especial a brasileira⁷⁰. Enquanto nos países europeus não se faz

⁷⁰ Para Moreira (2005, p. 24), o rural europeu é urbano e global. "Já tecnificado, industrializado, urbanizado e civilizado, a imagem desse rural vê o agricultor como jardineiro da natureza e como guardião do patrimônio natural e cultural a ser preservado". Já o rural periférico, tem baixos níveis de escolaridade, saúde, e cidadania incompleta. Decorre, portanto, que não basta importar concepções de outras realidades para defender ou refutar teses sobre o desenvolvimento rural do Brasil.

necessária uma reforma agrária, fica difícil pensar em um desenvolvimento rural que propicie qualidade de vida e benefícios para a população rural brasileira, sem uma profunda reforma agrária que permita reduzir as desigualdades sociais no Brasil.

A segunda corrente de abordagem da ruralidade privilegia a ruralidade como realidade empírica, construída, sobretudo por atores endógenos. Moreira (2005) prefere falar em ruralidades globais e locais, ao invés de uma nova ruralidade. As ruralidades seriam compostas por objetos, ações e representações peculiares do rural, com destaque para as representações e identidades rurais dos indivíduos e grupos sociais.

Moreira (2005) apresenta uma visão ampla de ruralidades, entendendo-as como manifestações representativas do espaço rural, traduzidas em políticas públicas, instituições, legislações, interesses, objetos técnicos e identidades características do rural. O autor se refere a ruralidades presentes na Organização Mundial do Comércio, no mercado de *commodities*, nos transgênicos, no Ministério da Agricultura e Ministério do Desenvolvimento Agrário, na bancada ruralista, no Movimento Sem-Terra, nos ambientalistas, etc. Nesse sentido, Moreira parece entender como ruralidades as diferentes interpretações de grupos sociais e instituições sobre o rural, bem como o território de atuação/influência de cada uma dessas instituições.

Para Carneiro (1998), a ruralidade é um processo dinâmico de constante reestruturação de elementos da cultura local, com base na incorporação de novos valores, hábitos e técnicas, decorrentes de novas relações cidade/campo. A ruralidade não é mais definida com base na oposição à urbanidade. Pelo contrário, a revalorização da natureza cria uma urbanidade contemporânea que revaloriza a vida no campo e a produção de alimentos saudáveis. Por conseguinte, acreditamos que a revalorização do rural pela sociedade urbana faz com que a própria população rural, ao perceber isso, passe a procurar atender aos anseios dos urbanos em relação ao rural. Porém, a percepção e a decisão por mudanças para atender a esses interesses externos, é diferenciada para cada indivíduo e família rural.

Segundo Pieruccini e Corrêa (2005), a idéia de “novas ruralidades” pauta-se na reorganização dos processos produtivos próprios à lógica capitalista enquanto modo de produção. As autoras admitem que o fenômeno da “pulverização do urbano” incidiu sobre o rural. Por conseguinte, a ruralidade local se reelabora por meio das inovações de processos e produtos gestados no urbano. Apesar da mudança nas atividades desenvolvidas no espaço rural, as geógrafas entendem, no entanto, que este não perde suas particularidades, guardando especificidades em cada comunidade.

Alencar e Moreira (2005, p. 301) também apontam para a origem urbana de diversas ruralidades, ao colocar que “as ruralidades que emergem das ordenações que vêm da cidade se movem entre entusiasmo pelo progresso urbano industrial (o processo modernizador) e nostalgia do agrotadicional.”

Além de a população rural possuir suas ruralidades (que vão se modificando a partir da relação desta com as técnicas e com o urbano), a população urbana também acaba apresentando ruralidades, estas ligadas ao seu interesse pelo rural. As ruralidades dos urbanos podem ser profundamente idealizadas pela mídia e por atores interessados no rural como mercadoria, vendendo a idéia de rural como natureza, e como espaço de vida mais saudável. Da mesma forma, a mídia tem forte influência nas urbanidades dos rurais, isto é, na incorporação de valores urbanos pela população rural, seja por meio da TV (novelas, telejornais, etc.), da internet ou do *marketing*.

Lima (2005) argumenta que existem elementos de ruralidade em espaços urbanos, bem como elementos de urbanidade em espaços rurais. Além disso, a interação entre urbano e rural pode reforçar a ruralidade dos urbanos, que, em nossa opinião, advém da transformação de objetos e ações característicos do rural em mercadoria. Rua (2005) considera o consumo simbólico do rural pela população urbana, ao apontar que o rural se vê consumido como virtual antes mesmo de se tornar mercadoria, sendo incorporado em discursos políticos e midiáticos, como referência cultural para a sociedade como um todo.

Marques (2002) se remete a Kayser para comentar a força da imagem do rural, vendida, sobretudo, por atores e empresas urbanas, e traduzidas nas paisagens rurais como objeto de consumo⁷¹. Por conseguinte, aumenta o interesse dos cidadãos pelo rural, fato que, por sua vez, leva a um processo de colonização do campo por parte da população urbana.

Além da influência da população urbana nos espaços rurais, Marques (2002) ressalta que as possibilidades de desenvolvimento de qualquer comunidade rural dependem dos laços que ela mantém com centros urbanos, particularmente com as cidades de sua própria região. É preciso, portanto, além do consumo simbólico e material do campo por parte dos habitantes das cidades, ater-se a outras relações econômicas e políticas estabelecidas entre o rural e o urbano.

Ao entender que o conceito de ruralidade é insuficiente para apreender a entrada de valores, ações e objetos de caráter urbano no espaço rural, e ao questionar a existência de um amplo processo de urbanização física do campo, Rua (2002 e 2005) desenvolve suas reflexões em torno do conceito de urbanidades. Conforme o pensamento do geógrafo brasileiro, tanto a urbanização física como a urbanização ideológica no campo levam ao estabelecimento de urbanidades no espaço rural⁷².

⁷¹ O contraste de imagens entre o rural e o urbano é reforçado ainda mais com a transformação da paisagem rural em objeto de consumo e a tendência crescente de elaboração e/ou valorização de identidades rurais para atender a exigências mercadológicas. Estas mudanças observadas de modo mais significativo em países desenvolvidos como a França levam à passagem da imagem do campo ligada à produção, à atividade agrícola, para a imagem-consumo. O olhar torna-se mais importante que o fato econômico, o campo é hoje uma paisagem em primeiro lugar. (KAYSER 1990 apud MARQUES, 2002, p. 103).

⁷² Não podemos entender a ruralidade somente a partir da penetração do mundo urbano-industrial no rural (urbanização física), mas também do consumo pela sociedade urbano-industrial, de bens simbólicos e materiais e de práticas culturais que são reconhecidas como próprias do mundo rural. (RUA, 2005).

As “urbanidades do rural” seriam todas as manifestações do urbano em áreas rurais sem que se trate esses espaços formalmente como urbanos. O conceito de urbanização rural dificulta a compreensão dos processos em curso, enquanto a idéia de “novas ruralidades” parece enfatizar a força do rural diante do urbano, que comanda o processo de reestruturação espacial. (RUA, 2002, p. 34).

Rua atribui o comando da produção e transformação do espaço ao espaço urbano, fato questionado por Alentejano (2003). Nesse debate, entendemos que é preciso identificar e apreender o papel, as ações e as intencionalidades, tanto dos atores rurais quanto dos urbanos na produção do espaço rural, para, então, verificar até que ponto o urbano condiciona as transformações no campo. Independente desse debate, achamos pertinente a proposta de urbanidades de Rua, pois, se existem ruralidades, também existem as urbanidades⁷³.

Para Rua (2002, p. 41), “as urbanidades são constituídas por uma enorme gama de manifestações que vão desde a melhoria da infra-estrutura e dos meios de comunicação até a aposentadoria e novas formas de lazer”. A proposta de urbanidades busca abarcar o pluralismo, de modo que o turismo e o veraneio, a pluriatividade, os movimentos organizados e as reivindicações dos habitantes rurais vão confirmar a expansão das urbanidades nas áreas rurais.

O autor parece ir além da idéia de ruralidade/urbanidade como exclusiva da dimensão identitária, pois inclui objetos técnicos, e novas atividades agrícolas e não agrícolas como condutoras de urbanidades. Ocorre, contudo, que estes objetos e ações modificam a percepção da população rural, suas representações do rural, podendo alterar suas identidades rurais. Assim, Rua atribui as urbanidades a novas territorialidades.

Na visão de Rua (2005), as urbanidades no rural não se apresentam como oposição às ruralidades, mas se integram às novas ruralidades apontadas por Carneiro. Rua (2005) e Carneiro (1998 e 1999) privilegiam a dimensão identitária das ruralidades e urbanidades, entendendo-as como territorialidades. Mesmo assim, Carneiro também aponta para o material como elemento fundamental das ruralidades, pois os objetos técnicos rurais contribuem para a identidade dos indivíduos em relação ao espaço rural.

As considerações sobre a importância dos objetos/materialidade, como elementos representativos de ruralidades e urbanidades, unidos à dimensão simbólica e identitária, nos conduzem a entender que as ruralidades e urbanidades são decorrentes tanto do material, com os objetos técnicos característicos do urbano ou do rural, quanto dos valores subjetivos em relação ao que caracteriza o urbano e o rural.

⁷³ Moreira (2005, p. 19) ressalta que “a identidade rural requer a existência do não-rural. Nesse sentido, as ruralidades só podem existir e serem pensadas a partir de suas relações com algo que a cultura significa como não-rural”, ou seja, o urbano, as urbanidades.

Ao carregarem consigo referências de ruralidades e/ou de urbanidades, os objetos técnicos influenciam a percepção de indivíduos e de grupos sociais sobre o que é rural e urbano. Um objeto técnico (parabólica, TV a cabo, internet) pode conduzir a novas territorialidades, tanto na população urbana, mas principalmente nos rurais. Essas novas territorialidades podem ser ruralidades ou urbanidades, e levar à aquisição de novos objetos técnicos (de caráter rural ou urbano), podendo gerar um processo de mudança de percepção e comportamento dos indivíduos e famílias. Apesar de se manifestarem no concreto, as ruralidades e urbanidades estão, no entanto, profundamente vinculadas às territorialidades dos indivíduos e dos grupos, pois, como já explanamos, antes da existência de qualquer objeto técnico, é preciso ter havido alguma ação.

Outro aspecto a destacar diz respeito à diferença entre a territorialidade sociocultural / identitária (vinculada às relações sociais de um indivíduo e ao sentimento de pertencimento a um grupo ou espaço) e a territorialidade econômica e política, que corresponderia à área de influência/atuação de um indivíduo, grupo ou firma. Um agricultor possui tanto uma territorialidade identitária/cultural como uma territorialidade econômica/política. Já uma instituição ou firma não costuma possuir essa territorialidade cultural, mas, sim, uma territorialidade econômica/política determinada pelas suas relações comerciais e seu espaço de influência.

Rua (2005) também utiliza o conceito de multiterritorialidade, trabalhado por Haesbaert (2004), ao entender que cada indivíduo possui múltiplas territorialidades decorrentes de sua vivência, que conduzem a diversas representações e identidades em relação ao espaço e aos territórios. Assim, todos nós teríamos uma multiterritorialidade⁷⁴, que é subjetiva, e, nesta, existiriam ruralidades e urbanidades.

O apego à terra, às atividades agropecuárias, o modo de vida rural, o vínculo com as plantas e animais, o jeito de falar, o orgulho por ser do campo, entre outros fatores, corresponderiam a territorialidades da população rural, e, portanto, a ruralidades. Já as ruralidades dos urbanos seriam aspectos que a população urbana percebe como identitários do rural. Estas podem ter origem em vivências passadas dos cidadãos no espaço rural, ou na atual valorização e idealização do rural pela mídia e por outros atores urbanos. O estilo *country*, os rodeios, a música “sertaneja”, a busca de lazer e diversão no meio rural (cavalgadas, hotéis-fazenda, esportes radicais) seriam condutores de ruralidades aos urbanos, porém são aspectos promovidos e organizados por atores e firmas urbanas.

De forma geral, as ruralidades dos urbanos estariam ligadas à utilização do rural como mercadoria, manifestadas na busca idealizada de um rural/natureza, bucólico e

⁷⁴ Haesbaert (2004) destaca que, nos indivíduos com maior poder aquisitivo, a multiterritorialidade é mais complexa e abrangente, pois estes podem se deslocar facilmente pelos territórios. No entanto, todos os indivíduos passam por processos de des-re-territorialização em suas vidas, fato que os leva a possuírem

tranquilo, onde a vida é mais devagar, mais saudável e sem *stress*. Diversos indivíduos possuem, contudo, algum laço familiar com o rural, que também leva à existência de ruralidades. Por outro lado, os urbanos valorizam o rural como paisagem, e buscam um rural sem os inconvenientes tradicionais do campo (mau cheiro, insetos, sujeira, animais peçonhentos, trabalho pesado), e com o máximo de conforto das cidades (infra-estrutura, boas estradas, TV, internet, piscina, ar condicionado, etc.). É de se entender, portanto, que existe uma diferença entre as ruralidades “reais” e as ruralidades idealizadas pela mídia, pelos empresários e pelos políticos, que influenciam a percepção dos habitantes urbanos, atraindo-os para o consumo do espaço rural. Não obstante, o interesse da população urbana, de firmas e de novos atores sociais pelo rural, complexifica o espaço rural, pois traz novas técnicas (objetos técnicos, atividades e outras ações).

Na mesma linha de análise, as urbanidades seriam aspectos identitários do espaço urbano, presentes na percepção de indivíduos e nas representações de grupos sociais, sobretudo urbanos, mas também rurais. Nos habitantes das cidades predominam as urbanidades e nos do campo, as ruralidades, porém, assim como os urbanos podem apresentar ruralidades, os indivíduos e grupos rurais podem ter territorialidades urbanas (urbanidades). O ritmo de vida determinado pelo relógio, o individualismo, a competitividade, a poluição sonora e visual, poderiam ser interpretados como urbanidades dos urbanos. O uso de tecnologias no campo, a influência da mídia e da televisão, a valorização da estética e da aparência, e a migração para as cidades, seriam exemplos de urbanidades que atingem a população rural.

Tanto a corrente defensora da nova ruralidade como algo existente a partir do interesse de instituições do capitalismo global em novos mercados presentes no rural, quanto a corrente das ruralidades e urbanidades como territorialidades sociais locais, destacam e emergência de novas atividades (agrícolas e não agrícolas), e de novas funções existentes no espaço rural, por sua vez decorrentes do regime de acumulação flexível e do meio técnico-científico-informacional.

Para Marques (2002), a revalorização do rural e seu crescimento populacional nos EUA, na França, e em outros países, está relacionada ao aumento de pessoas ligadas a atividades não agrícolas. Já Mattei (2003) afirma que a “nova ruralidade” não se restringe apenas à retomada do próprio rural, mas, fundamentalmente, porque incorpora às análises um conjunto de “outras funções” e de “novos processos” até bem pouco tempo desconhecidos do ambiente rural. A flexibilização e a informalização do trabalho rural se traduzem em um aumento do número de agricultores e/ou de seus familiares ocupados em atividades que já não estão mais diretamente relacionadas à produção agrícola *stricto sensu*.

múltiplas territorialidades. Assim, a multiterritorialidade se apresenta para cada indivíduo em graus diferentes.

A partir do crescimento das atividades não agrícolas no campo, intensificam-se as relações e a interdependência entre o urbano e o rural, e, por conseguinte, as urbanidades e as ruralidades. Essa nova dinâmica do espaço rural é significativa, pois o rural se tecniciza, levando ao crescimento de famílias rurais pluriativas, ou seja, que combinam atividades agrícolas e não agrícolas autônomas e/ou assalariadas. Por outro lado, o reconhecimento de múltiplas funções da agricultura, reconhecimento traduzido no conceito de *multifuncionalidade*, vem levando em consideração, além do papel econômico, as contribuições sociais e ambientais da agricultura familiar para o espaço rural.

Por conseguinte, toda essa complexidade do rural e da agricultura familiar conduz à necessidade da utilização de abordagens teórico-metodológicas atualizadas. Nesse sentido, procuramos discorrer sobre os conceitos de agricultura familiar e pluriatividade, no sentido de fundamentar os pressupostos teórico-metodológicos utilizados para investigar aspectos relacionados à agricultura familiar.

4. AGRICULTURA FAMILIAR

4.1. Agricultura Familiar no Brasil

O debate acadêmico em torno da agricultura familiar vem sendo intenso, sobretudo a partir da década de 1990, momento em que o Brasil reconhece, na esfera político-institucional, a relevância das unidades de produção familiares.

Segundo dados do governo federal, a agricultura familiar é responsável por 10% do Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro e representa 40% do PIB na agropecuária. Ela reúne hoje 4,2 milhões de estabelecimentos familiares, representa 84% dos estabelecimentos rurais e emprega 70% da mão-de-obra do campo. Além disso, é responsável pela maioria dos alimentos na mesa dos brasileiros: 84% da mandioca, 67% do feijão, 58% dos suínos, 54% da bovinocultura do leite, 49% do milho, 40% das aves e ovos, 32% da soja, entre outros. (www.mda.gov.br).

No contexto brasileiro, a expressão *agricultura familiar* passou a ser utilizada com maior ênfase a partir do final da década de 1980. No campo político, a adoção do termo está relacionada às pressões dos movimentos sociais da América Latina, e à realização de trabalhos acadêmicos que introduziram a expressão. Foram, contudo, as entidades de representação dos agricultores que unificaram o discurso em defesa dos interesses dos agricultores familiares, formando uma nova categoria política, que abarcava os pequenos proprietários rurais, os assentados, os arrendatários e os agricultores integrados às agroindústrias (SCHNEIDER, 2003).

Ainda na década de 1980, somam-se, ao conceito de *pequena produção*, as noções de *integração* - para caracterizar os produtores vinculados às agroindústrias e

aos mercados consumidores - e *exclusão* - para aqueles que haviam sido marginalizados do processo de modernização conservadora. (PORTO; SIQUEIRA, 1994). Nesse sentido, a partir dos anos 1980, a ampliação e consolidação dos complexos agroindustriais no Brasil, apoiados por políticas governamentais, permitiram à agricultura uma integração à indústria, propagada como benéfica e necessária para a modernização do rural brasileiro. Ocorre, entretanto, que tal integração trouxe consigo todo um processo de subordinação da agricultura à indústria, e de exclusão de uma massa de agricultores.

A década de 1990 é marcada pela emergência do debate sobre a legitimação da agricultura familiar por parte do governo federal. De um lado, havia a pressão dos movimentos sociais do campo, com destaque para a Confederação Nacional dos Trabalhadores da Agricultura (CONTAG), que exigiam políticas específicas para os produtores familiares. De outro, a Conferência sobre meio ambiente e desenvolvimento, promovida pela ONU, e realizada no Rio de Janeiro em 1992, que teve como questão central o desenvolvimento sustentável e a valorização da biodiversidade brasileira, fez com que as questões ambientais se popularizassem no país. Conseqüentemente, assuntos como agroecologia, uso e manejo racional dos ecossistemas, conservação da biodiversidade, agricultura orgânica, reflorestamento, entre outros, passaram a ser debatidos por diversos setores.

Nesse contexto, a partir da década de 1990, o agricultor familiar vem sendo visto como um ator fundamental para a incorporação de práticas vinculadas à sustentabilidade no Brasil. Com base nas experiências européias, e entendendo a importância da agricultura familiar como possível promotora de ações direcionadas ao “desenvolvimento sustentável”, o governo federal incorpora o discurso da sustentabilidade, aliado à agricultura familiar.

Uma pesquisa fundamental para a consolidação da agricultura familiar nas políticas governamentais foi desenvolvida na década de 1990 por uma parceria entre a Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura (FAO) e o Instituto de Colonização e Reforma Agrária (INCRA). Um dos resultados dessa pesquisa foi a publicação do documento "Diretrizes de Política Agrária e Desenvolvimento Sustentável", de 1994. Nas diretrizes, a agricultura familiar é tida como estratégica para o desenvolvimento rural. O documento classifica os agricultores entre *patronais* e *familiares*, de modo que os agricultores familiares são subdivididos em *consolidados*, *fragilizados* e *periféricos*⁷⁵.

⁷⁵ Os agricultores *patronais* seriam identificados pelas seguintes características: completa separação entre gestão e trabalho; organização descentralizada; ênfase na especialização e padronização da produção; predomínio do trabalho assalariado; e incorporação de tecnologias direcionadas à eliminação das decisões pautadas no senso comum. Já os agricultores *familiares* são aqueles que apresentam vínculo entre trabalho e gestão por parte dos proprietários; ênfase na diversificação da produção, na durabilidade dos recursos e na qualidade de vida; uso do trabalho assalariado de forma complementar, e tomada de decisões imediatas.

Em documento de 1996, publicado pela parceria FAO/INCRA, são apontadas as características do agricultor familiar⁷⁶. Com base nesse estudo da FAO/INCRA, em 1996 é instituído o Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (PRONAF), através do Decreto Presidencial nº. 1.946, sendo a primeira política específica para o agricultor familiar. Apesar de ser um marco político, o Pronaf limitou-se à oferta de linhas de crédito a juros baixos para os agricultores familiares denominados *em transição*⁷⁷, apostando na ampliação da inserção destes nos mercados. O discurso do desenvolvimento sustentável também foi incorporado no PRONAF e, em seguida, surgiram outras ações e documentos do governo com o objetivo de promover o desenvolvimento sustentável, como o Plano Nacional de Desenvolvimento Rural Sustentável, de 2002⁷⁸.

O governo federal definiu, no PRONAF (1996), os seguintes critérios para definir quem é agricultor familiar, e, conseqüentemente, para liberar as linhas de crédito do programa: - a renda familiar bruta não pode ultrapassar R\$ 27.500,00, sendo 80% do total proveniente da exploração agrícola; - a propriedade não pode ser maior do que quatro módulos fiscais⁷⁹; - mantenha no máximo dois empregados permanentes, sendo admitida a ajuda de terceiros, quando a natureza sazonal da atividade exigir.

Com a mudança do governo FHC para o governo Lula, a agricultura familiar passou a receber maior apoio financeiro e técnico do governo federal. A ampliação de recursos para agricultura familiar e a formulação da lei que estabelece a Política Nacional da Agricultura Familiar e Empreendimentos Familiares Rurais são marcos do atual governo.

Com o intuito de ampliar as linhas de atuação e de adequar os critérios de classificação de agricultor familiar ao público-alvo almejado pelo governo, o PRONAF vai passando por alterações. Além de agricultores, também silvicultores, aqüicultores, extrativistas e pescadores são incluídos como beneficiários do PRONAF.

Em publicação de 2004, Schneider; Cazella; Mattei relacionam os beneficiários do PRONAF em seis categorias, definidas pela Resolução nº. 2.692/99-PRONAF, tendo como parâmetro, a renda bruta anual da família:

Grupo A: agricultores assentados da reforma agrária.

Grupo B: agricultores familiares e remanescentes de quilombos, trabalhadores rurais e indígenas com renda bruta anual de até R\$ 2.000,00.

⁷⁶ [...] o agricultor familiar é todo aquele que tem na agricultura sua principal fonte de renda (+ 80%) e cuja força de trabalho utilizada no estabelecimento venha fundamentalmente de membros da família. É permitido o emprego de terceiros temporariamente, quando a atividade agrícola assim necessitar. Em caso de contratação de força de trabalho permanente externo à família, a mão-de-obra familiar deve ser igual ou superior a 75% do total utilizado no estabelecimento. (FAO/INCRA 1996 apud BLUM, 1999, p. 62).

⁷⁷ Correspondente a categoria fragilizados, categoria proposta pela FAO/INCRA.

⁷⁸ Para maiores detalhes sobre a trajetória do PRONAF e a adoção da retórica da sustentabilidade por parte do governo federal, consultar Candiottto e Corrêa (2004).

⁷⁹ No que diz respeito às dimensões de um módulo fiscal, no município de Colombo, um módulo fiscal corresponde a 10 hectares.

Grupo C: agricultores familiares com renda bruta anual entre R\$ 2.000,00 e R\$ 14.000,00.

Grupo A/C: agricultores oriundos do processo de reforma agrária e que passam a receber o primeiro crédito de custeio após terem obtido o crédito de investimento inicial.

Grupo D: agricultores familiares com renda bruta anual entre R\$ 14.000,00 e R\$ 40.000,00.

Grupo E: agricultores familiares com renda bruta anual entre R\$ 40.000,00 e R\$ 60.000,00.

Ao fazer uma avaliação dos dez anos do PRONAF, Guanziroli (2006) demonstra um crescimento do montante de recursos para o PRONAF a partir do ano de 2000. Entre os anos 2000 e 2005 passou-se de uma liberação de R\$ 2.189 milhões para R\$ 6.300 milhões. O autor recorre, contudo, a outras pesquisas, direcionadas a avaliar a aplicação desses recursos, que apontam para uma relativa concentração de recursos para o Sul do país; e para os grupos C, D e E, de modo que os maiores benefícios vêm sendo destinados ao grupo de agricultores economicamente integrados à produção agroindustrial e de exportação, em detrimento de menores recursos para o mercado interno (arroz, feijão, etc.).

Assim, dando continuidade à política de “fortalecer” a agricultura familiar, em 2006, o presidente Lula sanciona a Lei Federal nº 11.326, que estabelece as diretrizes para a formulação da Política Nacional da Agricultura Familiar e Empreendimentos Familiares Rurais. A lei redefine os conceitos de agricultor familiar e prevê a descentralização - com a participação de municípios, Estados, governo federal e produtores rurais - no desenvolvimento e na gestão dos programas agrários, fato já previsto na constituição de 1988. Passa a haver, no entanto, uma maior flexibilização nos critérios de definição, e uma associação entre agricultor familiar e empreendedor. Tal associação tem dois vieses complementares: permitir o acesso a crédito e outros benefícios provenientes das políticas públicas para a agricultura familiar, aos empreendimentos rurais de propriedade de não agricultores, muitas vezes sem agricultura, e gerenciados a partir de uma lógica economicista/mercantil; e incentivar os agricultores familiares a se tornarem empreendedores e a administrarem suas UPVFs como empresas, contribuindo também para a propagação da racionalidade hegemônica predominante.

Pela referida Lei Federal nº 11.326/2006, no artigo 3º são considerados agricultores familiares e empreendedores familiares rurais aqueles que praticam atividades no meio rural, atendendo, simultaneamente, aos seguintes requisitos:

- não detenha, a qualquer título, área maior do que quatro módulos fiscais;
- utilize predominantemente mão-de-obra da própria família nas atividades econômicas do seu estabelecimento ou empreendimento;

- tenha renda familiar predominantemente originada de atividades econômicas vinculadas ao próprio estabelecimento ou empreendimento;
- dirija seu estabelecimento ou empreendimento com sua família.

Embora seja mantido (no decreto) o tamanho da unidade e a exigência de gestão familiar, a nova lei não determina mais a quantidade de assalariados permitida, mas deixa claro que mais de 50% da mão-de-obra deve ser da família. Apesar de também exigir que mais de 50% da renda familiar venha do estabelecimento, não há nenhuma exigência referente à necessidade do desenvolvimento de atividades agropecuárias, nem um destaque para a agricultura. Ademais, não se exige a residência do agricultor familiar no estabelecimento, ou mesmo na zona rural. A lei incorpora, portanto, a este segmento social (da agricultura familiar), empreendimentos não agrícolas, que podem ser de propriedade e administrados por pequenos empresários urbanos e neo-rurais.

Ressaltamos que o PRONAF incorporou recentemente linhas de crédito destinadas ao fortalecimento do turismo rural na agricultura familiar. Entendendo o turismo como ferramenta capaz de proporcionar a diversificação da renda, a valorização da cultura local, a comercialização da produção pelos próprios agricultores familiares, e ainda estimular o resgate da auto-estima dessas populações, a partir de 2003, o MDA destinou recursos para o agricultores dos Grupos C e D investirem em atividades de lazer e turismo em suas unidades. (www.mda.gov.br).

No Estado do Paraná, em 2005 foi criada a Lei Estadual nº 361/2005, que especifica as atividades de Turismo Rural na Agricultura Familiar. Esta lei considera como Agricultura Familiar as unidades produtivas rurais com as seguintes características:

- possuam até 50 hectares de área (sejam proprietários ou não);
- desenvolvam atividades agropecuárias de subsistência;
- os produtores sejam os administradores diretos da propriedade.

Aqui percebemos que o Estado do Paraná também é bem flexível nos critérios de classificação de agricultor familiar. O critério que exige alguma atividade de subsistência na unidade é muito vago, de modo que um empreendimento com apenas uma pequena horta destinada ao consumo dos proprietários e/ou dos visitantes pode ser considerado da agricultura familiar. Nesses critérios também não há nenhuma referência sobre trabalho familiar, renda proveniente do empreendimento, residência no rural e emprego assalariado.

Da mesma forma que na Lei Federal nº 11.326/2006, a Lei Estadual nº 361/2005 ratifica a permissão e o incentivo do Estado para a entrada de atores exógenos e sem vínculos com o rural em atividades caracterizadas da agricultura familiar, como o turismo rural, haja vista a especificidade dessa submodalidade de turismo, inserida no turismo rural. Outra preocupação reside no mau direcionamento e utilização de créditos, isenções e outros benefícios que deveriam chegar até os agricultores familiares, mas que, através de brechas como essas da lei, acabam sendo apropriados por outros atores

economicamente consolidados, que não deveriam ter acesso a tais recursos públicos, haja vista a situação de pobreza e miséria, e as diversas necessidades dos camponeses e agricultores familiares brasileiros.

Apesar das críticas apresentadas às duas leis citadas, na difícil tarefa de definir os critérios a serem utilizados para identificar os agricultores familiares, decidimos nos pautar na Lei Federal nº 11.326/2006, em virtude de sua importância no reconhecimento institucional da agricultura familiar no Brasil, e na Lei Estadual nº 361/2005, pois temos como temática da pesquisa o turismo rural na agricultura familiar, e como lugar da experiência empírica um município paranaense. Ao associar os critérios dessas leis, chegamos às seguintes características:

- propriedades de até 50 hectares (proprietários ou não); (Lei Estadual nº 361/2005)
- desenvolvimento de atividades agropecuárias de subsistência; (Lei Estadual nº 361/2005)
- maior parte da mão-de-obra na UPVF proveniente da família; (Lei Federal nº 11.326/2006)
- maior parte da renda familiar proveniente de atividades internas à UPVF; (Lei Federal nº 11.326/2006)
- gestão feita pela família. (Lei Estadual nº 361/2005 e Lei Federal nº 11.326/2006).

Ademais, adicionamos dois elementos para identificar os agricultores familiares do CITUR. O primeiro é possuir mais de 50% da renda interna à UPVF, a partir de atividades agrícolas e paragrícolas, pois é um indicador de que a atividade agrícola não foi secundarizada. Outro aspecto não incluído em nenhuma das duas leis, e que achamos importante, diz respeito à residência da maior parte dos membros da família na UPVF, haja vista que a manutenção do núcleo familiar na unidade familiar é apontada, por autores como Carneiro (1999) e Schneider (2003), como um elemento fundamental de manutenção da agricultura familiar.

Assim, portanto, além desses cinco critérios supra-elencados, incluímos o critério de que 50% da renda interna à UPVF deva ser proveniente de atividades agrícolas e paragrícolas, e o critério de residência da maior parte da família (50%) na UPVF, de modo que selecionamos sete critérios para identificar os agricultores familiares do CITUR.

4.2. Agricultura Familiar e o Fenômeno da Pluriatividade

A dinâmica do espaço geográfico vem tornando-se cada vez mais complexa e mutável. Por conseguinte, complexificam-se as ocupações da população residente em áreas rurais, população que, em busca de melhores condições de sobrevivência, desloca-se às cidades e às zonas industriais para trabalhar em atividades não necessariamente agrícolas. Por outro lado, é crescente o interesse da população urbana

por áreas rurais, seja para residência, para lazer, para descanso, ou mesmo para algo que para muitos se tornou exótico (animais, plantações, rios, matas). A partir desse interesse, além da tradicional produção agropecuária e das atividades paraagrícolas e artesanais do meio rural, paisagens, a biodiversidade, manifestações culturais e o modo de vida rural, passam a ser incorporadas como aspectos que podem gerar emprego e renda para as famílias rurais.

O crescimento das atividades não agrícolas no meio rural, e das ocupações da população rural em atividades não agrícolas, seja na cidade ou no campo, vem modificando diversas unidades de produção e vida familiares (UPVFs)⁸⁰ e, conseqüentemente, a dinâmica do espaço rural, através de novas atividades produtivas e econômicas, relações de trabalho e sociais, e da circulação de pessoas e mercadorias em áreas consideradas rurais. Esse fenômeno, denominado *pluriatividade*, vem ganhando relevância em pesquisas sobre o rural brasileiro.

De forma geral, a pluriatividade encontra-se associada à agricultura familiar, pois o fundamento da pluriatividade reside, primeiramente, na existência de uma ou mais atividades agrícolas desenvolvidas na propriedade, combinada com uma ou mais atividades não agrícolas, desenvolvidas dentro ou fora da propriedade. Tais atividades não agrícolas podem estar vinculadas à indústria, ao comércio ou a serviços públicos e privados, e são realizadas tanto em áreas consideradas rurais, como também nas urbanas.

As dificuldades de sobrevivência exclusivamente na agricultura, em contraste com a maior distribuição espacial de indústrias e outros setores produtivos para além das cidades, intensificaram o deslocamento e a diversificação das atividades produtivas desempenhadas pelos membros de famílias de agricultores. Esse contexto do rural contemporâneo vem diversificando ocupações e rendas da população rural, levando a implicações socioeconômicas e mudanças espaciais, manifestadas, sobretudo, nos lugares (unidades familiares, outros estabelecimentos rurais, comunidades rurais, pequenos municípios).

Considerando a importância do debate sobre pluriatividade, procuramos, aqui, apresentar um breve resgate histórico e conceitual sobre o termo, sua manifestação no Brasil, e alguns aspectos teóricos da pluriatividade.

Na visão de Fuller (1987 apud Schneider, 2003), três fatores contribuíram para a afirmação da noção de pluriatividade na década de 1980, sendo eles: o uso da noção de *part-time farming* (agricultura em tempo parcial) dificultava a separação do trabalho do chefe da propriedade da função produtiva da propriedade; estudos da Comunidade

⁸⁰ Optamos por adotar o termo Unidade de Produção e Vida Familiar (UPVF), utilizado por alguns movimentos sociais do campo, em virtude de este termo levar em consideração os aspectos produtivos/econômicos da unidade familiar, bem como as relações sociais e o cotidiano das famílias rurais

Econômica Européia sobre unidades familiares rurais que combinavam agricultura com outras atividades contribuíram para que a pluriatividade se transformasse em objeto de pesquisas acadêmicas; os debates iniciados em 1980 na Europa, em torno da reforma da Política Agrícola Comum (PAC), levaram em consideração a crescente importância das atividades não agrícolas no espaço rural e, conseqüentemente, das pesquisas e reflexões em torno da pluriatividade.

Desta forma, o termo *pluriatividade* passa a ser aceito pela comunidade científica e por setores políticos vinculados ao desenvolvimento rural a partir da década de 1980. Fuller também adere ao uso da pluriatividade, considerando esta como a associação da agricultura às atividades como: a) emprego em outras explorações; b) atividades para agricultores como o processamento de alimentos; c) outras atividades executadas na própria exploração (alojamento de turistas, fabricação de móveis, etc.); d) atividades extra-agrícolas, incluindo trabalho externo (ANJOS, 2003).

Entende-se, portanto, que, para ser considerada pluriativa, uma unidade de exploração familiar deve ter algum membro da família envolvido em atividades não agrícolas, e, ao mesmo tempo, manter o trabalho agrícola.

No Brasil, o debate sobre pluriatividade é recente, tendo como principal contribuição pesquisas realizadas na década de 1990, e publicadas por Anjos, em 1995; Carneiro, em 1993 e 1996; Neves, em 1995 e 1997; e Schneider, em 1994 e 1995, além dos estudos coordenados por J. Graziano da Silva sobre o “novo rural brasileiro”, termo usado em virtude da emergência expressiva das atividades rurais não agrícolas no meio rural brasileiro (SCHNEIDER, 2003).

Para Schneider (2003, p. 29), embora incipientes, os estudos específicos sobre a pluriatividade das famílias rurais e do crescimento das atividades não agrícolas no espaço rural parecem estar descortinando dimensões sociais, econômicas e culturais que ganham proeminência na estrutura agrária brasileira. Não obstante, são necessários maiores avanços teóricos e conceituais em relação ao tema, avanços que, por sua vez, dependem da intensificação de estudos empíricos sobre as atividades não agrícolas no meio rural. Mesmo assim, é preciso considerar que o debate acadêmico em torno da noção de pluriatividade vem sendo fomentado por correntes de pensamento distintas, como veremos a seguir.

4.2.1. Aspectos teórico-conceituais da pluriatividade

Fuller é tido como uma referência mundial no debate teórico sobre pluriatividade. Na sua concepção, a pluriatividade refere-se a uma unidade produtiva multidimensional, onde se pratica a agricultura e outras atividades, tanto dentro como fora da propriedade,

e de seus membros. Apreender as dimensões econômica e social das famílias rurais é fundamental para entender suas estratégias de sobrevivência.

pelas quais são recebidos diferentes tipos de remuneração e receitas. (SCHNEIDER, 2003). “A noção de pluriatividade vem sendo utilizada para descrever o processo de diversificação que ocorre dentro e fora da propriedade, bem como para apontar a emergência de um conjunto de novas atividades que tomam lugar no meio rural”. (SCHNEIDER, 2003, p. 79).

Na visão de Schneider (2003, p. 23),

a pluriatividade refere-se à emergência de situações sociais em que os indivíduos que compõem uma família com domicílio rural passam a dedicar-se ao exercício de um conjunto variado de atividades econômicas e produtivas, não necessariamente ligadas à agricultura e ao cultivo da terra, e cada vez menos executadas dentro da unidade de produção.

Segundo Alentejano (1999, p. 155),

a pluriatividade envolve a diversificação das formas de organização, com multiplicação de estratégias complementares de reprodução dos agricultores, como o assalariamento urbano, a transformação industrial ou artesanal da produção agrícola, e o desenvolvimento de atividades terciárias (serviços e lazer) na propriedade rural.

Alentejano (1999) lembra que, quando a diversificação de atividades surgiu, era para atender a necessidades de subsistência. Hoje, isso também acontece, porém tal diversificação está vinculada ao mercado, e, portanto, aos interesses dos agentes hegemônicos do capitalismo global. Para Carneiro (1998, p. 10), a pluriatividade “é um termo de criação recente do vocabulário técnico, do qual o campo acadêmico se apropriou.”

Procurando apresentar uma definição própria, Schneider (2003, p. 91) entende a pluriatividade como:

[...] um fenômeno através do qual membros das famílias de agricultores que habitam no meio rural optam pelo exercício de diferentes atividades, ou mais rigorosamente, optam pelo exercício de diferentes atividades não-agrícolas, mantendo a moradia no campo e uma ligação, inclusive produtiva, com a agricultura e a vida no espaço rural.

Anjos (2003) afirma que a pluriatividade se insere em um contexto onde a agricultura se encontra submetida, do ponto de vista estrutural, a uma perda de importância relativa enquanto atividade produtiva; e ao crescente vínculo entre a produção agropecuária e a dinâmica de outros setores da economia mundial. Após discutir as correntes de interpretação da pluriatividade, Anjos (2003, p. 90) sugere a seguinte conceituação para o termo:

a pluriatividade é um fenômeno no qual os componentes de uma unidade familiar executam diversas atividades com o objetivo de obter uma remuneração pelas mesmas, que tanto podem desenvolver-se no interior como no exterior da própria exploração, através da venda da força de trabalho familiar, da prestação de serviços a outros agricultores ou de iniciativas centradas na própria exploração (industrialização a nível de propriedade, turismo rural, agroturismo, artesanato e diversificação produtiva) que conjuntamente impliquem no

aproveitamento de todas as potencialidades existentes na propriedade e/ou em seu entorno.

Ocorre, contudo, que, mesmo dando ênfase aos aspectos internos à unidade familiar, o autor atribui importantes funções aos elementos macroestruturais⁸¹. Além disso, segundo Anjos (2003), para apreender as várias manifestações da pluriatividade, é preciso considerar as especificidades geográficas, econômicas, políticas e sociais de cada país. Numa perspectiva geográfica, adicionaríamos, a essa constatação de Anjos, a necessidade de, além das especificidades do país, considerar as especificidades do lugar para apreender a pluriatividade, haja vista a diversidade e a heterogeneidade de lugares existentes em cada país, sobretudo no Brasil. Todavia, a interpretação das especificidades dos lugares está intimamente ligada à consideração de ações provenientes de outras escalas geográficas, como a municipal, estadual, federal e global.

Podemos afirmar que Anjos procura refletir sobre a pluriatividade com base na interação entre elementos microestruturais e macroestruturais. Sabendo do debate histórico entre a corrente macroestrutural (de influência marxista), que entende a pluriatividade como consequência da expansão do capitalismo na agricultura, e da transição do regime fordista de acumulação para o regime de acumulação flexível; e a corrente microestrutural (com influência dos estudos de Chayanov), que enfatiza a composição e as estratégias de cada família rural como determinantes na adoção (ou não) da pluriatividade, Anjos (2003) mostra-se adepto a uma terceira corrente que busca fundir as duas concepções acima. Nesta, predominam duas premissas: a) é o grupo familiar a unidade de análise, de modo que o interesse maior está na compreensão da dinâmica da família agrária relacionada à sua interação com forças externas; b) há necessidade de conciliar o nível macro com o micro.

Nesse sentido, concordamos com a visão de Anjos sobre a combinação de atividades externas e internas à unidade familiar, e sobre o foco na família como unidade de análise. Entendemos que as estratégias de cada família são fundamentais nas decisões em relação à incorporação de determinada técnica ou atividade. Tais estratégias são, porém, profundamente influenciadas por oportunidades e por ações provenientes de elementos externos à unidade familiar, seja na esfera da economia, seja na da cultura ou da política. Apesar de diversas famílias rurais trabalharem para sua subsistência e terem uma relativa autonomia em relação aos mercados, não podemos aceitar a falsa idéia de que, nesse mundo globalizado, os agricultores familiares não são influenciados por técnicas, normas, objetos e ações externos à sua unidade de produção e vida familiar.

⁸¹ A pluriatividade, [...] não se trata de um fenômeno conjuntural, mas o resultado de um amplo processo de transformação da agricultura, em correspondente sincronia com a dinâmica da economia em geral e no marco da profunda reestruturação que atravessa o modo de produção capitalista. (ANJOS, 2003, p. 90).

Além de Anjos (2003), outros pesquisadores brasileiros, como Carneiro (1999) e Schneider (2003), acreditam que a família se constitui na unidade de análise para apreender elementos da agricultura familiar e, conseqüentemente, da pluriatividade. A abordagem teórico-metodológica de pluriatividade proposta por Schneider (2003, p. 100) “[...] parte das famílias rurais como unidades nas quais a presença da pluriatividade deve ser entendida como um *ponto de partida* para a reflexão sobre o próprio funcionamento e as características da agricultura familiar no final do século XX.”

Schneider (2003, p. 95) enfatiza a decisão tomada pela família como um aspecto fundamental na adoção ou não da pluriatividade.

[...] mesmo que as unidades familiares estejam submetidas a determinados condicionantes externos, como o monopólio de preços ou os diferentes tipos de mercado (de trabalho, de crédito, de produtos e insumos), o fato de estruturarem-se com base na utilização da força de trabalho dos membros da unidade familiar permitirá que determinadas decisões tornem-se possíveis.

Assim, segundo o sociólogo, “[...] seria um equívoco imaginar que os agricultores familiares sejam meros coadjuvantes [...] e que não contribuam para afirmação e significação da pluriatividade. [...] Para entender a complexidade das relações sociais que são engendradas nesse processo, é preciso estudar a pluriatividade a partir do modo como é exercida pelos próprios agricultores familiares.” (SCHNEIDER, 2003, p. 97).

Apesar de concordarmos com Anjos, Schneider e Fuller, sobre a decisão da família como aspecto determinante na adoção ou não da pluriatividade, entendemos que boa parte das novas oportunidades de emprego e renda para as famílias rurais se encontra nas atividades não agrícolas, haja vista a expansão destas para o espaço rural, e as dificuldades dos agricultores familiares em se manter somente com as atividades agrícolas. Assim, muitas vezes, a adoção da pluriatividade, em suas diversas formas, se apresenta como uma das poucas oportunidades de ampliação da renda da família, e até de sobrevivência da mesma.

Para Schneider (2003), o que define a família pluriativa é, “em primeiro lugar, a combinação de mais de uma atividade, sendo uma delas na agricultura, tendo em vista tratar-se de agricultores familiares pluriativos.” (p. 175).

Sabendo da diversidade de situações que caracterizam a pluriatividade, e buscando contribuir para a construção conceitual sobre a pluriatividade, ousamos apresentar elementos para uma proposta tipológica para as atividades pluriativas. Assim, trabalhamos com cinco situações, sendo quatro características da pluriatividade, e uma que não se apresenta como pluriatividade:

1. *Diversificação agrícola interna à propriedade* - diversificação das atividades agrícolas e/ou pecuárias dentro da unidade de produção e vida familiar. Além da produção de alimentos, o cultivo de flores, animais exóticos, mudas de plantas, ervas medicinais, entre outros, permite o acesso a novas fontes de renda,

reduzindo a dependência do agricultor a uma única atividade. Esse caso não constituiria pluriatividade, pois não envolve atividades não agrícolas.

2. *Pluriatividade decorrente de atividades paraagrícolas na UPVF* – além das atividades agropecuárias, há processamento de alimentos (doces, sucos, vinhos, embutidos, etc.) e/ou produção de artesanato com subprodutos agropecuários.
3. *Pluriatividade agrícola e não agrícola interna à UPVF* - combinação de atividades agrícolas e/ou pecuárias, e de atividades não agrícolas dentro da propriedade rural do agricultor. O atendimento e comercialização de produtos agropecuários, assim como o lazer e o turismo nas propriedades rurais seriam exemplos.
4. *Pluriatividade agrícola interna e externa à UPVF* - desenvolvimento de atividades agrícolas e/ou pecuárias dentro da propriedade rural em tempo parcial, combinada com o trabalho assalariado, relacionado também à atividades agropecuárias em outros estabelecimentos rurais.
5. *Pluriatividade agrícola e não agrícola interna e externa à propriedade* - desenvolvimento de atividades agrícolas e/ou pecuárias dentro da propriedade rural em tempo parcial, combinada com o trabalho assalariado fora da propriedade e em outros setores da economia, como indústria, comércio e serviços, que podem ser realizados tanto no meio rural como nas cidades.

Além dessa limitada classificação, uma diversidade de aspectos intermediários precisa ser considerada, como se o trabalho externo assalariado (agrícola ou não) é formal ou informal, permanente ou temporário; se o assalariado combina atividades agrícolas e não agrícolas dentro e/ou fora da propriedade, entre outras realidades possíveis. Assim, para cada caso a ser analisado, é preciso identificar os tipos de atividades desenvolvidas na UPVF e o tipo de atividade assalariada desenvolvida por membros da família fora da UPVF.

4.2.2. Posições acerca da pluriatividade

Existe um amplo debate sobre os possíveis aspectos positivos e negativos da inserção dos agricultores familiares brasileiros na pluriatividade, polarizado basicamente por aqueles que acreditam que esse fenômeno possa contribuir para a dinamização social e econômica das famílias que vivem e trabalham no campo; e aqueles que entendem a noção de pluriatividade como mais um mecanismo de subordinação dos agricultores familiares ao capital. Tal subordinação ocorreria através da ampliação das relações capitalistas, incorporação de tecnologias modernas e caras, integração com agroindústrias, e do assalariamento via trabalho em indústrias, comércio e serviços.

Guanziroli (2001) não se opõe à pluriatividade, porém deixa o alerta sobre a necessidade de apreender as particularidades da pluriatividade no Brasil, e não simplesmente adotar teorias desenvolvidas em realidades diferentes. Para o autor, a

redução das desigualdades sociais deve ser combatida por meio de políticas de desenvolvimento rural que possam beneficiar a agricultura familiar, tanto com o fortalecimento da agricultura como na adoção de atividades não agrícolas.

Lamarche (1993) concluiu, em sua pesquisa, que a pluriatividade e o êxodo dos jovens no Brasil são atitudes negativas, pois o emprego externo traduz-se na falta de opções por alternativas agrícolas para a agricultura familiar.

Outro autor que considera a possibilidade de decomposição das relações familiares com a inserção em atividades pluriativas é Barthez (1982, 1987), argumentando que a pluriatividade representa uma ruptura com o modelo de família agrícola, pois a atividade agrícola já não caracteriza mais a unidade de referência. (SCHNEIDER, 2003).

Na visão de Anjos (2003, p. 91),

a pluriatividade insere-se em um contexto, onde a agricultura encontra-se submetida do ponto de vista estrutural, a uma perda de importância relativa enquanto atividade produtiva; e ao crescente vínculo entre a produção agropecuária e a dinâmica de outros setores da economia mundial. Este declive acarreta inúmeras consequências, especialmente no plano político.

Apesar das imposições externas, como o interesse dos mercados por novos usos do meio rural, pressão para profissionalização e capacitação técnica dos agricultores familiares, inserção da industrialização difusa em áreas consideradas rurais, entre outros fatores, cabe a ressalva da necessidade de adaptação à lógica capitalista por parte dos agricultores familiares, para garantir a sobrevivência de sua família. Assim, as unidades familiares são influenciadas pelas oportunidades de ocupação decorrentes dos interesses dos mercados consumidores, seja por alimentos, paisagens, aspectos histórico-culturais, gastronomia, lazer, turismo, artesanato, etc. Registre-se, no entanto, que ainda cabe à família agricultora a decisão de aceitar e incorporar ou não tais oportunidades em suas estratégias de sobrevivência⁸².

Para Alentejano (1999), a pluriatividade tem algumas características de resistência ao agronegócio e ao mercado de *commodities*, pois busca reduzir a subordinação ao mercado (monoculturas, integração). São contudo, limitadas as formas de resistência decorrentes da pluriatividade, pois “o desenvolvimento da pluriatividade significa uma forma de acentuação da exploração capitalista, [...] que aponta para a reestruturação produtiva, tendo como efeito o aumento da exploração do trabalho e a ampliação da margem de lucro dos capitalistas.” (p. 150).

O geógrafo Alentejano vê a pluriatividade mais como imposição do mercado e do capital financeiro para aqueles agricultores em dificuldades, do que como opção. Por conseguinte, entende que a pluriatividade não é para manter a agricultura, mas para

⁸² Segundo Alentejano (1999, p. 155), “essas múltiplas estratégias representam o caminho, às vezes único, para assegurar a reprodução da unidade familiar agrícola, quer porque a renda dita complementar é essencial, quer porque a especialização na atividade agrícola não aparece como opção desejável para os descendentes.”

desmantelá-la. Alentejano (2003, p. 29) afirma que “o que interessa é saber se atividades rurais dos setores secundário e terciário que certamente geram maiores rendas” têm mais chances no entorno de grandes fazendas ou sítios familiares poliprodutivos.

Entre os autores que defendem a pluriatividade, destacamos Marsden e Schneider. Marsden (1995 apud Schneider, 2003) considera que a pluriatividade tende a se generalizar tanto em áreas de produção agrícola, onde o avanço tecnológico diminuiria a demanda de trabalho nas propriedades, como nas demais zonas rurais, onde o próprio Estado vem estimulando o desenvolvimento de outras atividades econômicas, como o turismo e o artesanato. O autor acredita que esse processo conduzirá à revalorização do espaço rural, especialmente em razão do rápido crescimento do movimento ambientalista e dos processos de descentralização industrial, que tendem a ampliar o mercado de trabalho e a pluriatividade pelas famílias rurais⁸³.

Schneider (2003) também entende a pluriatividade como algo positivo para a agricultura familiar frente às novas dinâmicas do espaço rural. “A pluriatividade é vista como uma forma de acomodar a mudança, de se adaptar à realidade da agricultura, minimizando riscos, maximizando oportunidades, construindo uma família e permanecendo na terra.” (p. 97).

Já Carneiro (1999) relativiza as conseqüências da pluriatividade, não se posicionando favorável ou contra esse fenômeno, e defendendo a necessidade de apreender as estratégias e ações da família e de seus membros, para verificar a viabilidade e as implicações da pluriatividade na agricultura familiar. Mais importante seria “[...] identificar e compreender o significado (e o peso) das práticas não-agrícolas nas estratégias reprodutivas de cada tipo de família no sentido de reconhecer a tendência de sua trajetória futura em relação à agricultura e às demais opções de renda”. (p. 341).

Para Carneiro, as práticas não agrícolas, tanto podem

[...] apontar para uma contradição entre a individualização da força de trabalho e o caráter coletivo da economia familiar como pode acarretar o resgate de laços de solidariedade intrafamiliares, fundamentais para a combinação do trabalho individual com os interesses coletivos. (CARNEIRO, 1999, p. 335).

Por conseguinte, “o trabalho extra-agrícola executado por um ou vários membros da unidade familiar [...] pode servir como complemento que reforça e garante a reprodução da exploração agrícola como pode indicar uma estratégia de secundarização da atividade agrícola na reprodução social.” (p. 336). Desta forma, Carneiro acredita que o recurso ao trabalho não agrícola não indica, por si só, a falência da atividade agrícola, mas aponta para a plasticidade da agricultura familiar, que não se enquadra nem nos moldes do agricultor-empresário de ponta nem na chamada agricultura “tradicional”.

⁸³ Marsden se fundamenta, contudo, na realidade europeia da agricultura familiar, onde as dificuldades de sobrevivência e de acesso à infra-estrutura e serviços públicos são bem menores que no Brasil.

No sentido de adaptação às oportunidades que surgem nessa fase do capitalismo, a pluriatividade se constitui em um fenômeno importante e inevitável, pois, além de diversificar as fontes de renda dos agricultores familiares, amplia suas relações capitalistas, inserindo-os em novos mercados e em novas relações sociais. Todavia, do ponto de vista da autonomia dos agricultores familiares (discutida e defendida por Alentejano, Carneiro, Guanziroli, entre outros), apesar de diversificar as fontes de renda, a pluriatividade, ao inserir os agricultores familiares em novos mercados, intensifica as exigências de uma racionalidade econômica/empresarial.

Em nossa opinião, a adoção da pluriatividade por parte da família rural depende das estratégias e dos anseios de cada família. Ocorre, no entanto, que, apesar de diversas atividades pluriativas serem desenvolvidas a partir da iniciativa de famílias rurais, a origem da maior parte das atividades não agrícolas para a população rural está ligada à oferta de empregos provenientes de empresas que não são de propriedade dos agricultores familiares, como indústrias e outras empresas que se instalam no meio rural, e que buscam mão-de-obra barata e próxima.

Entendemos que o assalariamento de algum membro da família a partir de uma ocupação fora da unidade familiar pode ser um fator que conduzirá a uma maior subordinação deste aos ditames da empresa que o emprega, reduzindo significativamente sua autonomia e de sua família, pois o tempo de trabalho na unidade familiar é reduzido, e parte da força de trabalho passa a ser direcionada ao lucro de um terceiro.

Quando a pluriatividade é decorrente do assalariamento de membros da família fora da unidade familiar, as conseqüências na unidade produtiva e na unidade doméstica são ainda maiores, pois as novidades (relações sociais, direitos trabalhistas, novas territorialidades) estão vinculadas à saída do indivíduo de sua propriedade. A perda de contato freqüente com sua família, pode levar a mudanças soculturais no indivíduo e até à sua migração para as cidades e o conseqüente abandono do rural e das práticas agropecuárias⁸⁴.

Em contrapartida, quando a família rural opta por alguma atividade não agrícola na própria unidade de produção, diversificando as fontes de renda na UPVF, a pluriatividade parece mais vantajosa, pois o trabalho continua concentrado na unidade, os lucros são maiores, e tendem a ser aplicados na própria propriedade, gerando benefícios para a família e podendo contribuir para fortalecer sua autonomia. Não obstante, nesse debate sobre a viabilidade da pluriatividade como estratégia de manutenção e melhoria da qualidade de vida na agricultura familiar, é preciso analisar as experiências empíricas

⁸⁴ Apesar de favorável à pluriatividade como estratégia de sobrevivência da agricultura familiar, Schneider (2003) coloca que a situação de pluriatividade leva à alteração de aspectos intrafamiliares, afetando tanto a unidade doméstica quanto a unidade produtiva.

para verificar os elementos positivos e negativos para o agricultor no que tange a sua qualidade de vida e autonomia.

Entendemos que, para o estudo da agricultura familiar e da pluriatividade, faz-se necessário procurar apreender de forma conjunta os elementos de ordem externa (macroestruturais) - como os interesses dos mercados e do capital financeiro, políticas públicas, revalorização do rural pela população urbana – e os elementos internos (microestruturais), pautados nos anseios e necessidades das famílias⁸⁵.

O crescimento mundial do fenômeno da pluriatividade fez com que o espaço rural deixasse de ser associado somente ao agrícola, de modo que as atividades não agrícolas levaram os agricultores a ter “novas” funções econômicas e sociais. Com o maior interesse pelo “mundo” rural, há uma complexificação de objetos técnicos e de ações no campo, que levam à necessidade de apreensão das múltiplas funções da agricultura, denominadas multifuncionalidade. No Box 1, procuramos apresentar alguns elementos do debate sobre multifuncionalidade.

⁸⁵ Nesse sentido, a proposta teórico-metodológica de Milton Santos, que utilizamos nessa pesquisa, permite considerar a influência no lugar, de objetos e ações com origem no global e em outras escalas espaciais.

Box 1 - Multifuncionalidade

O conceito de multifuncionalidade da agricultura também influenciou a disseminação do turismo no espaço rural como ideologia de desenvolvimento sustentável, ao considerar outras funções da agricultura (e dos agricultores) para além da dimensão agrícola, ou seja, da função de produzir alimentos. Da mesma forma, a incorporação generalizada da ideologia do desenvolvimento sustentável, a partir de 1992, levou a busca de “novas” atividades, que, ao menos na retórica, combinariam crescimento econômico, conservação ambiental e justiça social.

Contudo, consideramos que além da influência da idéia de desenvolvimento sustentável, a discussão da multifuncionalidade encontra-se vinculada ao crescimento das atividades não-agrícolas no espaço rural, que por sua vez, estão ligadas às novas oportunidades de acumulação capitalista a partir do regime de acumulação flexível, que transforma bens materiais e simbólicos em mercadoria.

O espaço rural, que durante o fordismo restringia-se a cumprir funções produtivas agrícolas, incorpora novas atribuições e surge como *locus* de múltiplas atividades produtivas. Entre as novas funções do espaço rural, estaria o consumo de bens materiais e simbólicos (propriedades, festas, gastronomia) e serviços (ecoturismo, turismo rural, atividades ligadas à preservação ambiental). (MARSDEN apud SCHNEIDER, 2003). Desta forma, a noção de multifuncionalidade se pauta na perspectiva ideológica do desenvolvimento sustentável (*devir*), bem como nas constatações empíricas de que o espaço rural vem ampliando suas atividades e, portanto, se complexificando.

A Conferência Rio-92 estabeleceu como um dos objetivos, a promoção do desenvolvimento agrícola e rural sustentável (RÉMY, 2003), e fez com que os governos reconhecessem o aspecto multifuncional da agricultura (SOARES, 2002). A partir de então, intensifica-se o debate acadêmico em relação às múltiplas funções da agricultura, e à necessidade de reconhecimento legal destas.

Roux e Fournell (2003, p. 172) apontam as contribuições da multifuncionalidade:

- produção e segurança alimentar;
- diversificação das atividades ligadas à atividade agrícola (agroturismo e transformação);
- proteção do meio ambiente e preservação da paisagem;
- manutenção de um tecido econômico social rural e produção de vínculo social.

Os autores acima demonstram que os aspectos característicos da multifuncionalidade não são novos, pois fazem parte de uma realidade histórica e social. Portanto, historicamente a agricultura tem múltiplas funções, como a segurança alimentar e a manutenção do tecido econômico e social rural.

Soares (2002) coloca que o debate sobre multifuncionalidade da agricultura ganhou notoriedade nas negociações da Organização Mundial do Comércio em 1999, porém não houve consenso entre os países membros, pois enquanto os países exportadores de *comodities*, como Brasil e Argentina, buscavam a liberalização do comércio agrícola e remoção de barreiras comerciais; a Comunidade Européia lançou mão multifuncionalidade para argumentar sobre a manutenção dos subsídios agrícolas a seus agricultores. Portanto, Soares percebe a retórica da multifuncionalidade como uma estratégia protecionista da União Européia, visando garantir a continuidade dos subsídios agrícolas, frente às pressões por um comércio livre nos debates da OMC.

Mesmo estando concentrado na Europa, o debate sobre multifuncionalidade chega ao Brasil recentemente. Carneiro e Maluf (2003, p. 19) acreditam que

a noção de multifuncionalidade rompe com o enfoque setorial e amplia o campo das funções sociais atribuídas à agricultura que deixa de ser entendida apenas como produtora de bens agrícolas. Ela se torna responsável pela conservação dos recursos naturais (água, solos, biodiversidade e outros), do patrimônio natural (paisagens) e pela qualidade dos alimentos.

Carneiro e Maluf (2003) defendem a aplicação da noção de multifuncionalidade nas unidades familiares rurais, ou seja, na agricultura familiar. “A noção de multifuncionalidade favorece a passagem do agrícola para o familiar e rural” (p. 20), e, por englobar a geração de bens públicos, permite ampliar o foco de análise para além do conceito de pluriatividade, que se limita aos bens privados. Maluf (2003) defende o enfoque da multifuncionalidade como forma de valorizar o fomento à agricultura familiar, porém destaca a necessidade de “uma abordagem multifacetada e de instrumentos diferenciados em relação às tradicionais políticas de crédito à produção” (p. 139).

Fundamentada nas experiências européias, Carneiro (2003) assevera que na prática, a multifuncionalidade tem sido centrada na valorização econômica (qualidade dos produtos, diversificação das atividades nos estabelecimentos, criação de empregos), com medidas limitadas a nichos de mercados, reservados a produtores muito competitivos.

Portanto, sem políticas públicas diferenciadas, que valorizem as múltiplas funções da agricultura, e que permitam ao agricultor desenvolver e executar ações para além da dimensão econômico-produtiva fica difícil exaltar a multifuncionalidade no rural brasileiro. Todavia, considerando que algumas funções da agricultura são históricas, podemos afirmar que a retórica da multifuncionalidade carrega intencionalidades implícitas que precisam ser reveladas.

4.3. Pressupostos Teórico-Metodológicos para Apreender a Agricultura Familiar

Com base na abordagem geográfica de Santos (1996) cabe afirmar que, para apreender a dinâmica socioespacial, faz-se necessária a busca pela interpretação dos eventos, relacionando de forma dialética o local e o global, pois ambos fazem parte de uma mesma realidade. Para tanto, o geógrafo deve partir do local, isto é, buscar a realização do evento em um lugar, e, relacioná-lo à origem do evento, que geralmente é global.

Além da proposta geográfica de Milton Santos (1996), os pressupostos teórico-metodológicos da sociologia rural para o estudo da agricultura familiar apontados por Schneider (2003) indicam que cabe apreender a dinâmica da agricultura familiar a partir dos elementos internos da unidade familiar, considerando a unidade de produção familiar (estabelecimento rural produtivo), mas principalmente a unidade doméstica (grupo familiar), haja vista que as estratégias produtivas/econômicas das famílias dependem do contexto social das famílias (hierarquia familiar, formação pedagógica/técnica, acesso à informação e à assistência técnica, atividades laborais, relações sociais dos indivíduos na comunidade, crenças e regras).

Apesar da ênfase à dinâmica endógena da unidade familiar, os autores supracitados não deixam de apontar que o endógeno sofre influência de elementos exógenos, de modo que há uma relação dialética entre o particular e o geral, entre o local e o global. Nesse sentido nos remetemos também, a Froehlich e Rodrigues (2005, p. 91), que ressaltam a necessidade de apreender a articulação entre as forças internas e externas atuantes no rural.

[...] no estudo do espaço agrário contemporâneo, é necessário trazer à reflexão os elementos que circulam na produção da realidade de outros espaços sociais, muitas vezes longínquos, e que atravessam as sociedades, num processo hoje cada vez mais ligado aos fenômenos do poder. Tal dinâmica tem a peculiaridade da articulação entre forças locais e forças “externas”, globais, que dão especificidade aos fenômenos sociais, produzidos historicamente em um dado espaço social.

Assim, para o estudo do rural e da agricultura familiar, a apreensão integrada dos fenômenos na escala micro (unidades familiares, comunidades de agricultores, distritos e aglomerações rurais); meso (intuições administrativas regionais, Estados), bem como, de ações, políticas, normas, e outras determinações de escalas macro (instituições e governos federais, mercado financeiro, corporações transnacionais, inovações tecnológicas), é de suma importância para a interpretação do papel, características e diversas situações que permeiam todo o universo de agricultores denominados familiares. Tal apreensão deverá, porém, ocorrer a partir do lugar, ou seja, da unidade de produção e vida familiar.

Para Schneider (2003, p.95),

[...] o elemento central da agricultura familiar é a natureza familiar dessas unidades, assentadas nas relações de parentesco e de herança entre os membros das famílias. É no interior da própria família e do grupo doméstico, [...] que se localizam as principais razões que explicam a persistência e a reprodução de um certo conjunto de unidades e a desagregação e desaparecimento de outras.

Carneiro (1999) privilegia o debruçar sobre a unidade familiar, entendendo que devemos eleger a família como unidade de observação e intervenção, levando em conta os aspectos culturais e o caráter simbólico embutido nas práticas sociais do grupo familiar. Para a pesquisadora, a unidade familiar tem a capacidade de diversificar suas estratégias e se adaptar às condições econômicas e sociais; e o caráter familiar permite certa margem de autonomia em relação às estratégias reprodutivas e na articulação com as condições externas. Carneiro enfatiza, porém:

[...] a idéia de autonomia não implica a formulação consciente das estratégias a serem implementadas pelo grupo familiar nem a independência em relação às condições internas. Mas, diferentemente do trabalhador assalariado, a unidade familiar de produção, por ser sustentada pela íntima relação entre relações de trabalho e laços de parentesco, apresenta maior margem de negociação interna na elaboração de caminhos alternativos de reprodução social. (CARNEIRO, 1999, p. 327).

Em relação à autonomia das famílias para elaborarem suas estratégias de reprodução, entendemos que a unidade familiar tanto pode elaborar novas estratégias a partir de conhecimentos adquiridos, como também pode aceitar e implantar estratégias exógenas (provenientes de outros atores sociais), desde que sejam convencidas pelos atores interessados. Apesar de a decisão final ser da família – ou de algum(s) membro(s) desta – cada indivíduo da família é, de alguma forma, influenciado pelas relações sociais que estabelece, e sua forma de pensar e de agir irá influenciar nas decisões da família.

Acreditamos que o elemento central que fundamenta diversos estudos sobre a agricultura familiar seja este, referente a uma relativa autonomia dos agricultores familiares, pois a posse da terra, o trabalho familiar, o vínculo com a terra e o predomínio de ruralidades na identidade dos agricultores familiares são fatores que permitem a estes poderem decidir as estratégias a serem seguidas, tanto do ponto de vista produtivo como na gestão geral da propriedade. É preciso, no entanto, verificar empiricamente como se dá essa autonomia e até que ponto ela existe, identificando seus aspectos de enfraquecimento e de fortalecimento.

Na busca de compreender melhor os elementos que fundamentariam a autonomia dos agricultores familiares, procuramos elencar o que entendemos serem alguns indicadores dessa autonomia:

- propriedade da terra e dos meios de produção;

- produção para autoconsumo, garantindo uma produção agropecuária diversificada e a segurança alimentar da família;
- gestão familiar da UPVF, que permite à família decidir sobre as atividades produtivas (agrícolas e não agrícolas) da UPVF;
- não ser subordinado a um patrão ou empregador, apesar de muitos terem relações mercantis e obrigações contratuais;
- não depender de trabalho assalariado externo;
- não depender de técnicas e métodos de cultivo convencionais propagados pelas grandes empresas do setor agropecuário.

Ao discorrer sobre as estratégias de reprodução das famílias rurais, Carneiro (1999) diz existir uma tendência ascendente e uma descendente em relação ao peso da agricultura na unidade familiar. A ascendente está vinculada à busca de manutenção da agricultura como atividade principal, enquanto a descendente, à diminuição do peso da agricultura na renda familiar, seguida de uma reorientação no uso da propriedade e da mão-de-obra. A pesquisadora coloca que, a partir da interação com valores urbanos decorrentes da unificação dos mercados, acelera-se o processo de individualização no interior da família e a transformação definitiva da terra em mercadoria. Por conseguinte, a ruptura dos laços entre família, propriedade e trabalho abre espaço para novos usos e novas identidades no meio rural.

Carneiro (1999) aponta três estratégias descendentes, que levam à secundarização da atividade agrícola, e até ao seu abandono: - saída dos filhos da unidade familiar e permanência apenas dos pais, que muitas vezes não têm mais condições de produzir; - investir na formação educacional dos filhos longe do meio rural, fato que pode levar os filhos a perder o interesse em manter a exploração agrícola, e buscar novas alternativas de renda; - diversificar as atividades, incluindo comércio ou prestação de serviços.

Considerando que as atividades não agrícolas vêm aumentando entre os agricultores, sejam eles familiares ou não, e que tais atividades vêm modificando e complexificando o espaço rural e a análise sobre a agricultura familiar, Carneiro (1999) ressalta a importância de reconhecer tanto as famílias pluriativas quanto as não pluriativas, pois ambas exprimem a diversidade de possíveis inserções no mercado (comércio, prestação de serviços, turismo, manufaturas, artesanatos, agroindústrias, etc.).

Conforme aponta Schneider (2003), a agricultura familiar no Brasil é extremamente heterogênea, de modo que seria mais adequado falar em agriculturas familiares. As distintas características históricas, físicas, sociais, econômicas e políticas presentes no território brasileiro devem ser consideradas nas pesquisas, pois nos remetem a formas distintas de exploração familiar. Para Schneider, o mais importante é analisar como se dá o processo de interação social e inserção econômica das formas familiares de produção.

Dentro do amplo conceito de agricultura familiar, existem famílias com relações sociais e econômicas diversificadas, desde famílias camponesas, até as integradas às agroindústrias e as pluriativas. Muitas destas famílias, ao obterem sucesso financeiro com as atividades agrícolas e, sobretudo, não agrícolas desenvolvidas, vão se tornando famílias empreendedoras, ampliam suas relações capitalistas e suas rendas, deixando de ser autônomas para se tornarem assalariadas e até capitalistas. Não obstante, o correto enquadramento dos agricultores familiares por parte do governo federal é de suma importância para garantir que agricultores-empresários e atores sociais de caráter empresarial presentes no espaço rural não se apropriem dos recursos e benefícios das políticas públicas direcionadas à agricultura familiar.

Sabendo do crescimento do incentivo e das experiências empíricas de turismo rural na agricultura familiar, bem como das conseqüências dessas novas atividades na dinâmica do espaço rural e da agricultura familiar, procuramos a partir da apreensão do Circuito Italiano de Turismo Rural em Colombo (PR), identificar os agricultores familiares envolvidos com o CITUR; verificar mudanças, permanências, ruralidades e urbanidades nas Unidades de Produção e Vida Familiares (UPVF's), e analisar como o CITUR vem influenciando a autonomia destes agricultores familiares.

Optamos por utilizar como parâmetros para identificar os agricultores familiares inseridos no *Circuito Italiano de Turismo Rural*, uma associação entre os critérios presentes na Lei Federal nº 11.326/2006 (referente às diretrizes para a formulação da Política Nacional da Agricultura Familiar e Empreendimentos Familiares Rurais) e na Lei Estadual nº 361/2005 (que especifica as atividades de turismo rural na agricultura familiar no Paraná), além de incluirmos dois critérios que achamos relevantes para essa identificação⁸⁶. Em virtude da heterogeneidade dos empreendedores e dos empreendimentos do CITUR, definir quem são os agricultores familiares envolvidos foi fundamental para a pesquisa.

Após delinear os pressupostos teóricos-metodológicos da pesquisa e apresentarmos os conceitos norteadores da mesma nesse primeiro capítulo, partimos para uma caracterização da situação que conduziu à manifestação do evento Circuito Italiano de Turismo Rural. Para tanto, o segundo capítulo a seguir, aborda aspectos da Região Metropolitana de Curitiba e do município de Colombo.

⁸⁶ Os critérios são elencados nas páginas 94 e 250.

CAPÍTULO II

A REGIÃO METROPOLITANA DE CURITIBA E O MUNICÍPIO DE COLOMBO: a situação que conduziu à materialização do evento

Apresentar a situação geográfica onde se manifestou o evento implica considerar as características gerais da Região Metropolitana de Curitiba, com ênfase para o município de Colombo – PR. Para tanto, procuramos resgatar alguns aspectos da região e do município, que influenciaram a materialização do Circuito Italiano de Turismo Rural.

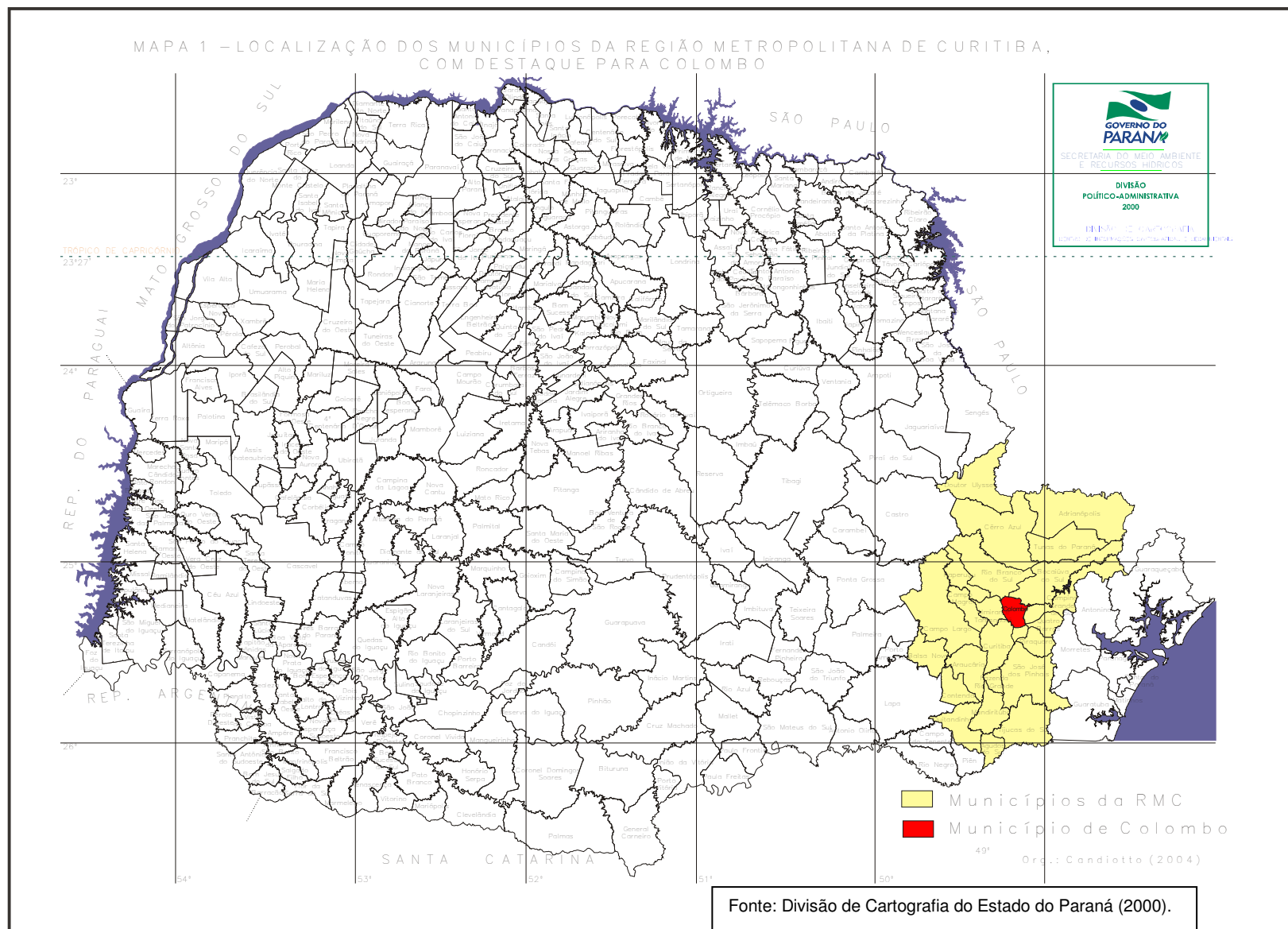
1. A Região Metropolitana de Curitiba

A Região Metropolitana de Curitiba (RMC) é a região economicamente mais dinâmica do Estado do Paraná, abrangendo 25 municípios adjacentes a Curitiba, além da própria capital. A concentração de órgãos públicos, indústrias, infra-estrutura, comércio, serviços, receita fiscal e o grande número de habitantes fazem de Curitiba a cidade mais estruturada, com maior poder de consumo, e aquela com maior demanda para a realização de atividades de lazer e turismo no Estado do Paraná. Em contrapartida, os municípios limítrofes a Curitiba são pequenos, com pouca densidade técnica, e dependentes da circulação econômica proveniente da capital.

A RMC está localizada num entroncamento viário de importância nacional. Por ela passa a rodovia BR 116, que corta a região no sentido norte-sul, e é um dos maiores corredores de escoamento da produção do país.

A Região Metropolitana de Curitiba foi criada em 1973, por lei federal (Lei Complementar nº 14/73), juntamente com outras regiões metropolitanas no Brasil. Contudo, coube ao governo estadual a responsabilidade por definir os limites desta. Inicialmente, a RMC abrangia os seguintes municípios: Curitiba, Almirante Tamandaré, Araucária, Bocaiúva do Sul, Campo Largo, Colombo, Contenda, Piraquara, São José dos Pinhais, Rio Branco do Sul, Campina Grande do Sul, Quatro Barras, Mandirituba e Balsa Nova. (BRASIL, Lei nº 14/73, artigo 1º, parágrafo 6º).

Nos dias atuais, a RMC ocupa uma área de 15.093,77 km² (IBGE, 2000), equivalente a 6,58% do território do Paraná. Após desmembramentos e emancipações de municípios, a RMC possui 26 municípios, sendo eles: Adrianópolis, Agudos do Sul, Almirante Tamandaré, Araucária, Balsa Nova, Bocaiúva do Sul, Campina Grande do Sul, Campo Largo, Campo Magro, Cerro Azul, Colombo, Contenda, Curitiba, Dr. Ulyses, Fazenda Rio Grande, Itaperuçu, Lapa, Mandirituba, Pinhais, Piraquara, Quatro Barras, Quitandinha, Rio Branco do Sul, São José dos Pinhais, Tijucas do Sul, Tunas do Paraná. O mapa 1 apresenta a distribuição geográfica dos municípios da RMC no estado do Paraná, destacando Colombo.



Quase a totalidade RMC situa-se no primeiro planalto paranaense. A leste está a Serra do Mar e, a oeste, o segundo planalto. O norte da RMC caracteriza-se por altas declividades, rochas sedimentares compostas por minerais não metálicos, e baixa fertilidade do solo. Na Serra do Mar encontram-se os mananciais que deságuam nos afluentes do Rio Iguaçu. Ao sul, os solos são mais planos, a prática agrícola é intensa, porém ocorrem solos hidromórficos, sujeitos à inundação. A oeste, a topografia caracteriza-se por vales e espigões, onde se desenvolve a agricultura tradicional e a extração de minerais argilosos. (COMEC 1999). O clima da RMC insere-se na classe Cfb de Koppen, caracterizada como clima sempre úmido, pluvial quente-temperado. A precipitação na região é de 1.354 mm, e a altitude média, de 900 m.

A estrutura espacial da RMC é composta por uma crescente mancha urbana na parte central, que ultrapassa os limites de Curitiba, e por espaços praticamente rurais nos círculos mais afastados. São nesses espaços periurbanos que estão as áreas de mananciais hidrográficos utilizadas para abastecer a população da RMC, bem como as áreas que formam o sistema de unidades de conservação regional (SILVEIRA, 2001).

A maioria dos municípios da RMC situa-se em áreas ambientalmente frágeis, devido à composição geológica de rochas cársticas, e possuem funções estratégicas, pois abrigam os mananciais de abastecimento de água de Curitiba. Pensar, portanto, em projetos de desenvolvimento voltados à conservação dos mananciais e ao uso menos depredador dos recursos naturais é fundamental. Apesar da fragilidade ambiental e da tradição rural dos municípios da RMC, diversas atividades industriais, mineradoras e agrícolas intensivas vêm comprometendo a qualidade socioambiental da região.

2. Ocupação da RMC

A fixação da população na RMC iniciou-se com a mineração de ouro. Na região do vale do Assungui formaram-se, em meados do século XVII, arraiais de mineradoras. Além dos arraiais, outros locais passaram a ser habitados por remanescentes de bandeirantes que lá também se fixaram. Ainda no século XVII, a influência do tropeirismo marcou o desenvolvimento da pecuária e alavancou a ocupação da RMC. Com a abertura do caminho das tropas ligando Viamão (RS) a Sorocaba (SP), Curitiba passou a ter melhor acesso a São Paulo e às províncias do sul. A circulação de pessoas através do tropeirismo foi crucial no surgimento de várias povoações no Paraná.

No século XIX, o evento de destaque na ocupação da região foi a imigração européia. O estabelecimento de colônias agrícolas de imigrantes europeus acelerou a ocupação da região, dando origem a vilas que originaram os municípios de Almirante Tamandaré, Bocaiúva do Sul, Colombo e Piraquara. Os primeiros imigrantes chegaram a Curitiba em 1830, mas as grandes levas chegaram somente em 1870. Os imigrantes significavam força de trabalho para obras públicas como estradas, e para o

desenvolvimento de uma agricultura para abastecer a capital. A imigração fez a população de Curitiba triplicar entre as décadas de 1870 e 1890 (COMEC, 1999).

Corona (2006) informa que entre 1872 a 1900, cerca de 30 mil imigrantes chegaram à RMC, e que, entre 1900 a 1920, mais 27 mil vieram a ocupar a região. Essa ocupação eminentemente européia e a organização social dos imigrantes em colônias fizeram com que a sociabilidade e a economia fossem estruturadas no interior das colônias de imigrantes.

Nitsche (2000), afirma que as colônias agrícolas deram origem a vários municípios da RMC, como Colombo, e resume a ocupação da RMC, a partir da mineração do ouro, expandindo-se mais tarde com a criação de gado e com a extração de erva-mate e de madeira.

Após a significativa imigração para municípios da RMC até 1920, inicia-se um processo de migração de habitantes do interior do Estado para a capital Curitiba. Em virtude da maior densidade técnica da capital Curitiba e, conseqüentemente, em virtude das maiores oportunidades de emprego, a migração do interior do Estado para Curitiba também foi extremamente intensa. Fundamentada em dados do IPARDES (Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social), Corona (2006) aponta que, em 1920, Curitiba tinha 78 mil habitantes, e, em 1940, 142 mil.

A partir da década de 1960, Curitiba e a RMC começam a se industrializar e a se urbanizar. Em virtude da política de desenvolvimento industrial do Paraná, que concentrou investimentos na região metropolitana e direcionou poucos esforços na industrialização do interior, a migração de habitantes do interior do Estado para a capital foi significativa, ao ponto que, em 1970, Curitiba chega a abrigar 609.026 mil pessoas. Desse montante, apenas 24.545 (4%) foi classificada como população rural. Já em 1980, a capital passa a ter 1.024.975 habitantes, e 100% da população passa a ser classificada como urbana⁸⁷. No ano 2000, o registro oficial é de 1.587.315. Os dados do gráfico 1 apresentam a evolução da população de Curitiba, da década de 1920 até 2000.

⁸⁷ Dados do IPARDES.

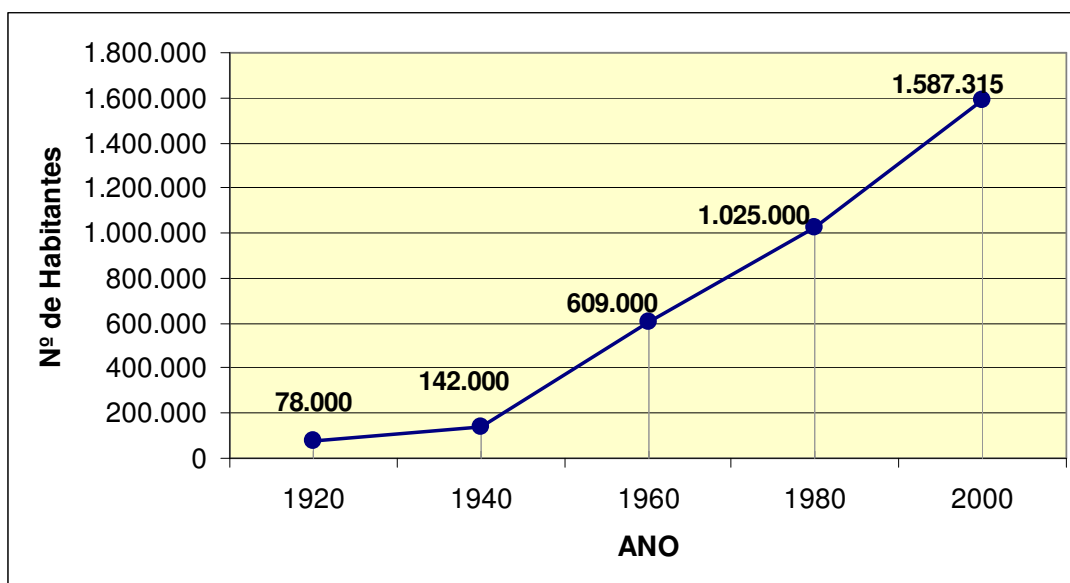


Gráfico 1 - Evolução populacional em Curitiba (1920-2000)

Fonte: Iparides (retirado de www.ipardes.gov.br)
Org. CANDIOTTO, L. Z. P. (2007)

Esse crescimento populacional conduziu à expansão da urbanização de Curitiba. Segundo Fonte (2002), por volta de 1950, a área urbana se expandiu na direção nordeste-sudoeste, e estava limitada pela BR 116. Na década de 1960 houve um avanço em direção a São José dos Pinhais. Nos anos 1970, a malha urbana cresceu na direção leste-oeste. Alguns pontos começaram a ligar-se à mancha central, como São José dos Pinhais a sudoeste, Pinhais a leste, Colônia Faria (município de Colombo) a nordeste e Santa Felicidade a noroeste.

A partir da década de 1980, o processo de expansão da malha urbana de Curitiba acentuou-se, provocando maior adensamento na RMC, principalmente nos municípios limítrofes (NITSCHKE, 2000). O surto de expansão populacional e urbana foi grande e atingiu municípios da RMC, como Araucária, Colombo, Pinhais e S. J. dos Pinhais.

Este acelerado processo de urbanização, sem um planejamento adequado, vem resultando em ocupações irregulares em áreas de alta fragilidade ambiental e/ou com grande potencial de recursos naturais. Falta infra-estrutura básica em várias localidades. Segundo Fonte (2002), a RMC tem mais de 250 favelas, com cerca 200 mil habitantes vivendo nelas.

A RMC se encontra fragmentada em três sub-regiões, sendo o Núcleo Urbano Central; o Primeiro Anel e o Segundo Anel. O Núcleo Urbano Central, formado por Curitiba e seus municípios limítrofes, abriga mais de 90% da população da RMC. Já o Primeiro Anel (Balsa Nova, Bocaiúva do Sul, Contenda, Itaperuçu, Mandirituba, Rio Branco do Sul) possui 104.079 habitantes, enquanto o Segundo Anel (Adrianópolis, Agudos do Sul, Cerro Azul, Dr. Ulyses, Lapa, Quitandinha, Tijucas do Sul, Tunas do Paraná), 112.311. (www.pr.gov.br/comec).

Os dados da tabela 1 e do gráfico 2 indicam a evolução da população da RMC a partir de 1980, considerando a população urbana e rural.

Tabela 1 – População da Região Metropolitana de Curitiba

Ano	População Total	População Urbana	População Rural
1980	1.703.787	1.469.798	233.989
1991	2.319.526	2.074.014	245.512
1996	2.734.500	2.455.713	278.787
2000	3.053.313	2.764.921	288.392

Fonte: IPARDES, 2007.

Org. CANDIOTTO, L. Z. P. (2007)

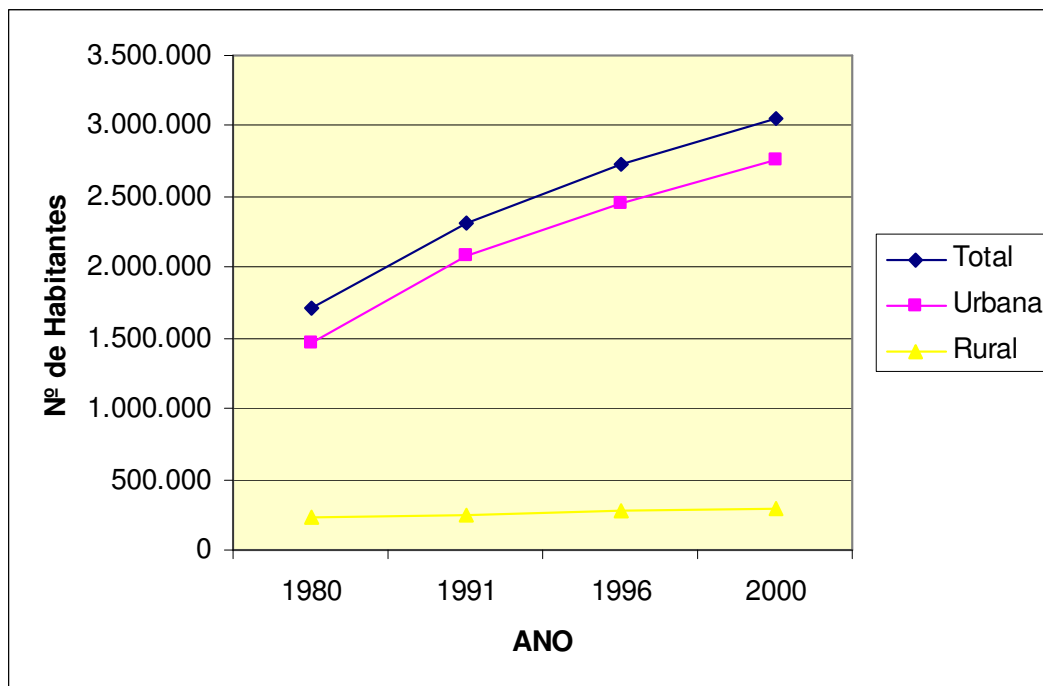


Gráfico 2 – População da Região Metropolitana de Curitiba (1980-2000)

Fonte: IPARDES, 2007.

Org. CANDIOTTO, L. Z. P.(2007)

Em termos de extensão territorial, a RMC é a maior região metropolitana do Brasil. Apesar do intenso processo de urbanização, ela também detém o maior contingente de população rural entre as regiões metropolitanas brasileiras. Existem alguns municípios da RMC dependentes da produção primária e com baixo grau de urbanização, de modo que mais de 70 mil pessoas trabalham em atividades agropecuárias (CORONA, 2006).

3. Atividades econômicas exploradas no espaço rural da RMC

A ocupação do espaço e as atividades econômicas que se desenvolveram na RMC, em particular a agricultura, foram influenciadas pelo substrato geológico do planalto de Curitiba e, conseqüentemente, pelas condições pedológicas decorrentes. Todavia, é preciso considerar que as políticas públicas para a agricultura no Paraná a partir da modernização agrícola iniciada na década de 1960, e a demanda da população por

alimentos também contribuíram para o predomínio de determinados cultivares nas últimas décadas.

Após a mineração de ouro e o início do ciclo da pecuária no século XVII, o século XIX marca o ciclo do extrativismo da erva-mate. Concomitante à erva-mate, vão sendo implantados diversos cultivares, ligados ao autoconsumo das famílias da RMC.

Corona (2006) afirma que, no censo agropecuário de 1975, o milho e o café eram os cultivares mais comuns na RMC. No censo de 1995, tal situação muda, de modo que aumenta a produção olerícola e de frutas. A autora também indica uma queda na produção de soja, trigo e arroz, substituídos pela olericultura⁸⁸, que possui um bom valor de mercado e alto uso de mão-de-obra, apesar do uso intensivo de agrotóxicos.

Marques (2005) destaca a olericultura, a fruticultura e a criação de aves na RMC.

As lavouras temporárias são diversificadas, com importante produção de olerícolas, destinadas ao consumo na própria região; as lavouras permanentes são compostas, em sua maioria, pela fruticultura. A criação de animais é voltada para animais de pequeno porte, com destaque para as aves. (p. 115).

Para Fonte (2002), a exploração agrícola na região pode ser dividida em três zonas:

1. A primeira localiza-se junto aos mananciais de água que abastecem a população, é denominada *cinturão verde*, e caracteriza-se pelo cultivo de hortaliças. Esta área ocupa o terceiro lugar na produção de hortaliças no Brasil. Mais da metade dessa produção (60%) encontra-se nos municípios de Colombo (ao norte de Curitiba) e de São José dos Pinhais (a sudeste da capital).

Para o cultivo das hortaliças, são utilizadas práticas como o revolvimento do solo e a intensa aplicação de fertilizantes químicos e agrotóxicos, ações que alteram e prejudicam a dinâmica ambiental local e regional. O revolvimento do solo pode provocar erosão e carreamento pelas chuvas de partículas de solo que contêm material orgânico e químico. O nitrogênio e o fósforo são os principais contaminantes dos cursos d'água.

2. A segunda zona agrícola destaca-se pelo cultivo de grãos, e situa-se ao sul da RMC. O milho é a cultura mais plantada, mas a batata e o feijão são significativos. A degradação dos solos e o difícil manejo da batata vêm contribuindo para reduzir a área explorada com essa cultura.

3. O terceiro anel agrícola situa-se na bacia do Rio Ribeira e no norte da RMC. Os solos são jovens e rasos, e não servem para cultivos de espécies anuais em larga escala. Os cultivos são para subsistência e destaca-se a silvicultura de bracatinga e pinus. Também são cultivadas laranjas e tangerinas, com 4.300 produtores em cerca de 11.000 ha. Há carência de infra-estrutura básica, faltam estradas, e as que existem são ruins.

A área de produção agrícola de toda RMC é de 650.000 ha, ocupando 50% da área total da região. A área agrícola é de 30% para espécies anuais e 2% para perenes,

sobretudo a fruticultura. A RMC teve uma forte bacia leiteira em 1970, que vem perdendo importância. Mesmo assim, cerca de 230.000 ha são constituídos de pastagens naturais e cultivadas. As áreas florestadas correspondem a 30% total, sendo 200.000 ha. O milho tem uma área de 135.000 ha cultivados (FONTE, 2002).

As hortaliças ocupam 10.000 ha e a RMC abastece 70% do Estado, sobretudo em alface, beterraba e cenoura. A agricultura orgânica vem se desenvolvendo com sucesso em algumas propriedades rurais de Colombo, sendo uma alternativa à produção com uso de agrotóxicos, que vem degradando os solos e os recursos hídricos, inclusive os mananciais de abastecimento. Com base em reportagem do jornal Estado do Paraná, Fonte (2002) apontou que, para a safra 2000/2001, 2.100 toneladas de produtos orgânicos foram colhidos, sendo cerca de 900 toneladas de frutas, 1.008 de hortaliças e 182 de plantas medicinais.

A fruticultura abrange 12.000 ha da RMC, com 6.300 produtores envolvidos. Além da citricultura no norte, cultiva-se o caqui em Campina Grande do Sul, Bocaiúva do Sul e Quatro Barras. Em Araucária e Contenda, o pêssego tem uma produção significativa. A ameixa é cultivada em Mandirituba e São José dos Pinhais. Em Colombo e Campo Largo, a influência da colonização italiana faz com que a uva tenha destaque. O cultivo de flores tem aumentado, com cerca de 50 agricultores de Colombo e São José dos Pinhais envolvidos (FONTE, 2002).

Corona (2006) aponta que a ruralidade da RMC é baseada na agricultura familiar, pois, em 1996, 93% dos estabelecimentos rurais possuíam menos de 50 hectares, e ocupavam 27,2% da área total da RMC. Marques (2005) também utiliza o dado da porcentagem de estabelecimentos agropecuários com até 50 ha para afirmar que os estabelecimentos de agricultura familiar são predominantes na Mesorregião Metropolitana de Curitiba.

Apesar de a maior parte dos estabelecimentos da RMC terem até 50 hectares, dados de 1996 do INCRA/MDA (Apud Corona, 2006) mostram que 58,3% da área total da RMC são ocupados por estabelecimentos com mais de 200 hectares, que totalizam apenas 2,3% dos estabelecimentos rurais da região. Esses dados indicam uma concentração fundiária na RMC, concentração que, para Corona, tem forte relação com a pobreza rural.

Em virtude da proximidade dos municípios da RMC com a capital Curitiba, que concentra boa parte das indústrias, estabelecimentos comerciais e de serviços do Estado, bem como das ocupações não agrícolas geradas por empresas dos próprios municípios da RMC, as atividades agrícolas de diversos membros das famílias rurais da

⁸⁸ A produção olerícola de repolho, alface, couve-flor e cenoura estão concentradas nos municípios de São José dos Pinhais e Colombo (Corona, 2006).

região vêm sendo combinadas com ocupações e atividades não agrícolas, caracterizando uma forte influência do fenômeno da pluriatividade na população rural da RMC.

Segundo Marques (2005, p. 98), “comparativamente às demais mesorregiões do Paraná, a Metropolitana de Curitiba, em 2000, foi a que apresentou a menor proporção de famílias agrícolas (4%) e de pluriativas (2,1%).” Ao analisar as famílias com melhor renda, a autora afirma que “os resultados revelam que na Mesorregião Metropolitana de Curitiba as atividades não-agrícolas remuneraram melhor que as agrícolas e sugerem que a pluriatividade é uma estratégia acertada das famílias para elevar a renda.” (p. 102).

A pesquisadora também destaca o lazer e o turismo nos municípios próximos a Curitiba, como um fator de expansão das atividades não agrícolas, e, conseqüentemente, da pluriatividade na RMC. Os condomínios residenciais e as chácaras de segunda residência no espaço rural demandam serviços de empregados domésticos e caseiros, para manutenção e conservação das propriedades. O turismo também demanda mão-de-obra para execução de trabalhos não agrícolas, nas pousadas, nos hotéis-fazenda e nos restaurantes.

Na conclusão de sua dissertação, Marques (2005) afirma que a população rural da RMC possui ocupações multissetoriais, porém a agricultura ainda ocupa importante número de pessoas em todos os municípios da mesorregião, pois 45,3% das pessoas que se declararam ocupadas e que vivem no rural desenvolvem atividades agrícolas.

4. Impactos ambientais na RMC

A concentração de população, indústrias e aglomerações urbanas em Curitiba e outros municípios da RMC levaram a um uso intenso dos recursos naturais locais e, conseqüentemente, a diversos impactos socioambientais na região. Em sua dissertação de mestrado em extensão rural, Fonte (2002) elencou alguns impactos ambientais na RMC, sobretudo no meio rural, que estão sintetizados a seguir: - contaminação das águas pela utilização de fertilizantes e agrotóxicos; - cultivo em encostas declivosas favorecendo erosão em sulcos; - contaminação dos lençóis freáticos; - nas áreas de cultivo mais extensas, como no norte, a maior parte das práticas são manuais, ocorrendo abandono de áreas antigas e abertura de novas através de queimadas; - nas áreas com pastagens, a declividade e os solos rasos facilitam a compactação e a impermeabilização dos solos pelo pisoteio dos animais; - desmatamento das florestas, inclusive em nascentes e cabeceiras de drenagens; - degradação dos rios e depauperamento do solo; - no norte da RMC, o cultivo de bracinga e o plantio de milho e feijão ocorrem em áreas muito declivosas, que tiveram sua vegetação nativa retirada, e atualmente sofrem com os processos de erosão e assoreamento dos rios; - as queimadas eliminam a fauna local e os microorganismos do solo, poluem o ar e destroem as florestas remanescentes.

O esgoto doméstico é talvez o maior problema da RMC. Apenas 51% da população de Curitiba possuem esgoto nas residências. Além disso, existem diversas ligações irregulares de esgoto. Na RMC, 41% da população é atendida com rede de esgoto (coleta), distribuída em nove municípios. Colombo está entre estes. O restante dos 15 municípios não possui rede de coleta de esgoto. Os atendidos com coleta e tratamento de esgoto caem para apenas 16% da RMC (FONTE, 2002).

Cerca de 150.000 pessoas vivem em áreas de invasão, sendo a maioria nas margens de rios. Em casos como o da Vila Zumbi dos Palmares, em Colombo, as ocupações estão sobre rios que abastecem a população. Os dejetos vão direto para os rios, que também são usados como depósito de lixo doméstico (COMEC, 1999).

Em relação à aplicação de agrotóxicos na RMC, este procedimento se intensifica a partir de agosto, na safra de verão. O preparo do solo para feijão, milho e batata exige herbicidas, inseticidas e fungicidas. A batata, as olerícolas e a fruticultura consomem o fungicida Dithane, que é à base de cobre e apresenta alta toxicidade. Os municípios de Colombo, Almirante Tamandaré e São José dos Pinhais, que têm sua agricultura fundamentada no cultivo de espécies olerícolas (alface, tomate, couve-flor, chuchu, brócolis, beterraba, cenoura, etc.), consomem grande quantidade de agrotóxicos. No preparo do solo para o plantio das olerícolas, também utiliza-se o trator com enxadas rotativas, que prejudica a qualidade física dos solos (FONTE, 2002).

O impacto do uso de agrotóxicos na qualidade da água se dá no preparo da calda para pulverização, na utilização dos produtos e através de bombas d'água com defeitos, que ligam o rio a tanques pulverizadores. As águas residuais que são utilizadas para lavar as hortaliças também podem contaminar os cursos d'água. A aplicação de agrotóxicos sem equipamentos de proteção individual, as dosagens além do permitido e o uso de produtos proibidos prejudicam a saúde dos agricultores, os solos e os recursos hídricos (FONTE, 2002).

As atividades de mineração na RMC também acarretam impactos ambientais e sociais, dos quais Fonte (2002) destaca: - riscos geológicos e hidrológicos; - destruição da vegetação e de canais fluviais; - queima de pneus para fornos de minerais não metálicos; - moagem e britagem da cal (emissão de pó); - degradação da paisagem pelo pó de cal; - desperdício de minério; - o transporte do minério resultando danos para as estradas; - rejeitos de minérios jogados nos rios; - lavras abandonadas sem recuperação, muitas usadas como depósito de lixo.

As partículas minerais suspensas no ar prejudicam a saúde da população da RMC, pois desencadeiam doenças respiratórias. Colombo possui diversas mineradoras, e é um dos municípios mais afetados com os impactos da mineração.

Além desses impactos levantados, o problema de abastecimento de água para a população da região requer ações corretivas e preventivas no que tange à conservação

dos recursos hídricos. A RMC tem na cabeceira do Rio Iguaçu seu principal manancial de abastecimento. Segundo dados da SANEPAR (Companhia de Saneamento do Paraná) (1998 apud COMEC, 1999), os mananciais disponíveis serão suficientes no máximo até 2050⁸⁹. Os principais usos da água são para consumo doméstico e industrial. Com exceção da piscicultura, os usos da água para agropecuária são de apenas 4% do total. Já foram elaborados três planos diretores de abastecimento de água para a RMC.

O sistema integrado de abastecimento de água da RMC tem três subsistemas: Passaúna, Alto Iguaçu e Aquífero Karst. Os problemas mais graves de conflito pelo uso de água ocorreram em Colombo, na bacia de Fervida e Ribeirão das Onças, que exploram água do Aquífero Karst. A retirada de grandes quantidades de água de depósitos subterrâneos pela Sanepar, sem a elaboração de EIA/RIMA, provocou o secamento de poços e de nascentes, a subsidência do solo e rachaduras em algumas residências (FONTE, 2002).

Considerando a fragilidade ambiental da RMC, as dificuldades econômicas enfrentadas, sobretudo pelos agricultores da região, e a necessidade de alternativas de uso dos recursos que primem pela conservação ambiental, Fonte (2002) aponta algumas perspectivas de desenvolvimento para a região. O autor relata experiências que vêm dando certo, como a produção de alimentos orgânicos e sua comercialização através da APAC (Associação dos Produtores Agrícolas de Colombo), reduzindo assim a dependência aos preços oferecidos pelos supermercados; a implantação de pesque-pagues, decorrente da construção de tanques em propriedades rurais; e o turismo rural, que vem sendo incentivado por instituições do poder público regional e dos municípios.

No âmbito regional, duas instituições vêm propondo o turismo rural como atividade viável para a RMC, e liderando as ações de apoio ao desenvolvimento do turismo rural na região. Uma delas é a EMATER (Empresa Paranaense de Assistência Técnica e Extensão Rural), que, apesar de ser uma instituição governamental estadual, vem atuando na RMC através de seus escritórios locais e regional. Outra é a COMEC (Coordenação da Região Metropolitana de Curitiba), que tem sua área de atuação restrita à Região Metropolitana de Curitiba.

A EMATER regional vem tendo papel importante no incentivo ao turismo rural na RMC, a partir de técnicos que passaram a planejar e a propor circuitos e roteiros turísticos em municípios e propriedades rurais. No plano local, a EMATER procura dar assistência técnica para os agricultores interessados em adotar o lazer e o turismo como alternativas de emprego e renda em suas propriedades. Ainda falta, contudo, uma definição clara dos objetivos do turismo rural na agricultura familiar, bem como uma melhor capacitação dos técnicos para entender as conseqüências positivas e negativas

⁸⁹ Em 2006 foi necessário racionar a distribuição de água na RMC em virtude da estiagem no inverno e da grande demanda da região.

do turismo rural na agricultura familiar. Entendemos que existem diversos problemas em relação ao tipo de orientação que vem sendo dado aos agricultores em processo de inserção em atividades turísticas, pois o limiar entre a valorização e fortalecimento da autonomia dos agricultores familiares, e entre a transformação destes em empresários do turismo – podendo levar à secundarização e até a extinção das atividades agropecuárias, é muito tênue.

5. O papel da COMEC no ordenamento territorial da RMC: alternativas para o espaço rural?

A COMEC (Coordenação da Região Metropolitana de Curitiba), instituída pela Lei Estadual nº 6517, de 1974, transformada pela Lei Estadual nº 11.027, de 1994, e regulamentada pelo Decreto Estadual nº 698, de 1995, é uma entidade autárquica, dotada de personalidade jurídica de direito público, vinculada à Secretaria de Estado do Planejamento e Coordenação Geral, tendo como sede e foro a cidade de Curitiba. (base legal da COMEC, retirado de www.pr.gov.br/comec).

Vinculada à Secretaria de Estado do Planejamento e Coordenação Geral, a COMEC tem o papel de “coordenar políticas e ações de interesse dos municípios e da coletividade, promover a integração municipal e institucional, estabelecendo parcerias com diversas interfaces da sociedade” (NITSCHKE, 2000, p. 12).

Sua área de atuação é a Região Metropolitana de Curitiba, por meio de políticas públicas que visam à integração entre os 26 municípios. A COMEC foi instituída a partir de uma perspectiva de planejamento estatal centralizado, em voga na época (meados da década de 1970). O primeiro Plano de Desenvolvimento Integrado (PDI) da RMC é de 1978, e previa investimentos para: saneamento, transporte público, equipamentos urbanos, e sistema viário metropolitano. O PDI estabeleceu políticas de uso do solo e de proteção dos mananciais hídricos, e, para o rural, o plano recomendava a exploração mineral em Rio do Sul, Almirante Tamandaré e Colombo; a horticultura no nordeste, sudeste, em Colombo e Almirante Tamandaré; a bacia leiteira no leste; e a agricultura ao sul (CORONA, 2006).

Corona (2006) ainda aponta que, com a redemocratização do Brasil na década de 1980, a COMEC passou por mudanças em suas concepções de atuação. Em 1990, emergiram na entidade as preocupações ambientais e com o crescimento populacional da RMC. Nesse período, a COMEC reconhece oficialmente a necessidade de ação conjunta dos municípios, e incorpora a retórica do desenvolvimento sustentável⁹⁰.

Em 1992, é instituído o PROSAM (Programa de Saneamento Ambiental da RMC), prevendo obras para melhoria e recuperação da bacia do Alto Iguaçu, responsável pelo

abastecimento de 2,5 milhões de pessoas. Entre as ações estão a revitalização dos rios, manejo de bacias hidrográficas, controle de cheias, lagoas de equilíbrio, parques ambientais, gestão de mananciais, urbanização, e relocação de famílias em áreas de fundo de vale. Em 1997, a COMEC publica o “Relatório Ambiental da RMC”. Em virtude da fragilidade ambiental (mananciais, topografia e condições geológicas) dos setores norte e oeste da RMC, a COMEC sugere que se direcione o crescimento urbano de Curitiba para o leste e o sul; que se controle a poluição industrial; e reconhece, como prioridade, a conservação dos mananciais de abastecimento de água, sobretudo a leste (S.J. Pinhais), e ao norte (Aqüífero Karst) (CORONA, 2006).

Em 2002, a COMEC publica seu segundo Plano de Desenvolvimento Integrado, com enfoque na gestão compartilhada entre os municípios. Nesse PDI, destaca-se a expansão e consolidação da RMC como pólo industrial e de serviços autônomos, e a necessidade de melhorias no sistema viário e de comunicação. Nele, a COMEC também reconhece a fragilidade do rural pelo avanço da urbanização, pela baixa aptidão agrícola dos solos e baixa produtividade, e pelas dificuldades de comercialização dos produtos agropecuários. Como potencialidades para o rural da RMC, a instituição aponta a agricultura orgânica, a silvicultura (Vale do Ribeira), a fruticultura e o Turismo Rural (CORONA, 2006).

Sabendo da necessidade de novas alternativas econômicas para a RMC, adequadas a princípios de conservação ambiental, a COMEC passa a incentivar o turismo rural e o ecoturismo na região. Segundo Corona (2006, p. 93),

[...] a COMEC busca evidenciar as preocupações ambientais e passa a dar ênfase à conservação e proteção, principalmente no que se refere aos recursos hídricos e remanescentes naturais para o abastecimento de água da RMC, recomendando o turismo rural nessas áreas.

Corona (2006) também indica que, no Relatório Ambiental da RMC, há um projeto de ocupação e uso conservacionista do solo rural, sendo o único com referência explícita ao rural. Este prevê a implantação de abastecedouros comunitários, esterqueiras, lavadoras de olerícolas e tanques para piscicultura. A autora ressalta que, apesar das mudanças positivas na concepção de planejamento, a COMEC ainda atua com políticas públicas pautadas em uma visão utilitarista, ou seja, com ações voltadas, direta ou indiretamente, ao atendimento das demandas da população urbana do entorno de Curitiba. “[...] o olhar institucional sobre a RMC continua vinculado ao atendimento das demandas e necessidades do meio urbano e da rede de transporte e comunicação entre os municípios que efetuam trocas importantes com o pólo metropolitano” (p. 78).

⁹⁰ Para Corona (2006), a COMEC assume a busca pela sustentabilidade ecológica, através da proteção dos recursos hídricos e da cobertura vegetal; sustentabilidade econômica, com destaque para o turismo nas áreas protegidas; e sustentabilidade espacial, com a rede integrada de transporte metropolitano.

Não temos subsídios para discutir a argumentação de Corona sobre o favorecimento histórico da população urbana na RMC. Ocorre, contudo, que a concentração de infra-estrutura, serviços e renda em Curitiba frente aos outros municípios da RMC e frente a todo o Estado do Paraná, indica um favorecimento de investimentos públicos para a capital.

Apesar da possível ênfase no urbano, a COMEC vem incentivando o turismo rural na RMC como uma alternativa econômica de cunho conservacionista. Utilizando a retórica da necessidade de atividades pouco impactantes em virtude da fragilidade ambiental da região, a COMEC aponta o turismo rural como atividade a ser desenvolvida na RMC. O objetivo principal da COMEC com o incentivo ao turismo na RMC, reside, portanto, na busca de conservação ambiental das áreas de mananciais, voltada a garantir o abastecimento de água da população da região, sobretudo da capital Curitiba.

Além da EMATER e da COMEC, o governo do Estado, através da Paraná Turismo e da ECOPARANÁ (órgãos de turismo do Estado, vinculados à Secretaria de Estado do Turismo - SETU), vem procurando efetivar projetos de desenvolvimento do turismo por meio de parcerias com prefeituras municipais, para a criação de produtos turísticos em municípios da região. Enquanto a Paraná Turismo é o órgão responsável pelo planejamento e execução da Política Estadual de Turismo, o Serviço Social Autônomo Ecoparaná, criado em 1998, é empresa privada, sem fins lucrativos, de interesse coletivo, que presta apoio administrativo e técnico à SETU, por meio do desenvolvimento de projetos e de ações relacionados ao turismo e à cultura. Ambas também tiveram participação nos projetos de formação de circuitos de turismo nos municípios vizinhos à Curitiba, que, juntos, constituem o *Anel de Turismo da Região Metropolitana de Curitiba*.

Entendemos que tanto o Anel de Turismo da RMC quanto o Circuito Italiano de Turismo Rural se apresentam como eventos. O Anel de turismo é, contudo, um evento maior, de abrangência regional (RMC), mas não totalmente materializado e implementado. Já o Circuito Italiano de Turismo Rural é um evento local (restrito a Colombo), porém intimamente relacionado à proposta de formação do Anel de Turismo da RMC⁹¹. Nesse sentido, antes de entrarmos propriamente no município de Colombo e no Circuito Italiano de Turismo Rural, achamos pertinente apresentar as diretrizes da proposta do Anel de Turismo da RMC.

⁹¹ Apesar de o evento escolhido não ser o Anel de Turismo da RMC, apresentamos algumas considerações sobre esse projeto que fundamenta a criação do Circuito Italiano de Turismo Rural em Colombo, evento escolhido na tese.

6. O anel de turismo na RMC

Uma das atividades que vem sendo considerada como de baixo impacto ambiental e propiciadora de crescimento econômico é o turismo, amplamente disseminado como alternativa de dinamização econômica e geração de empregos. De forma geral, os municípios da RMC possuem características que poderiam alavancar o turismo, como:

- proximidade com uma grande demanda de turistas em potencial, provenientes, sobretudo de Curitiba;
- boa rede de circulação, transportes e diversos equipamentos e serviços;
- pelo fato de estarem inseridos em áreas de preservação ambiental (APAs do Rio Iraí, do Rio Passaúna e do Rio Verde); e
- por apresentarem um espaço rural com significativa existência de unidades familiares com produção agrícola e artesanal.

Segundo Nitsche (2000), o planejamento do turismo na Região Metropolitana de Curitiba teve início com a elaboração de roteiros baseados em características étnicas e rurais dos municípios que compõem essa região.

Sabendo da fragilidade ambiental do entorno de Curitiba e do potencial turístico dos municípios da RMC, em 1996, técnicos da Emater e da Comec iniciaram um trabalho no sentido de elaborar um projeto de concepção e implantação de circuitos de turismo que estariam compondo o Anel de Turismo da RMC. Entretanto, segundo Nascimento e Beltrão (2002), a idéia começou a partir de 1992, com o PROSAM (Programa de Saneamento Ambiental na RMC), financiado com recursos do governo estadual, que previa a contratação de técnicos e a execução das seguintes obras: construção de tanques, de esterqueiras, de abastecedores de água comunitários e de lavadores de olerícolas.

Foi por meio da construção de tanques para incentivar a piscicultura, que posteriormente começaram a ser utilizados como pesque-pagues, que os técnicos passaram a interessar-se por elaborar projetos de turismo rural, tendo como atrativos as paisagens, a produção de alimentos e o estilo de vida das populações rurais. A partir daí, com o apoio da “Paraná Turismo”, órgão oficial para assuntos de turismo no governo estadual, foi pensado um “Anel de Turismo” circundante a Curitiba, visando aproveitar o potencial turístico da RMC.

Nitsche (2000) ressalta a publicação, pela EMATER/PR e COMEC, de um documento intitulado “Turismo em Áreas Rurais”, no ano de 1999. Este documento apresenta as propostas dos roteiros étnicos rurais para municípios da RMC, concebidos a partir da idéia do Anel de Turismo da RMC.

A formação de um *Anel de Turismo entre municípios da Região Metropolitana de Curitiba* pode ser considerada um evento de abrangência regional, desencadeada por uma situação composta por restrições a atividades econômicas que degradam o meio

ambiente; pela busca de expansão do turismo no Estado e na RMC; pelo potencial do turismo rural; por uma participação econômica e social significativa do espaço rural e de sua população; pelas dificuldades de sobrevivência dos agricultores no campo; e pela grande demanda turística em potencial na referida região, sobretudo em Curitiba.

Ao se aterem ao turismo como atividade econômica de baixo impacto ambiental e promotor de crescimento econômico, instituições regionais e estaduais passaram a incentivar o desenvolvimento do turismo na RMC. Contando com o apoio de prefeituras, empresários e proprietários rurais e de estabelecimentos comerciais, o turismo doméstico (de base local) é uma atividade econômica que vem crescendo na RMC desde o final da década de 1990, e compreende modalidades como o turismo rural, o ecoturismo, o turismo de aventura, o turismo histórico-cultural, entre outras.

Segundo Silveira (2001, p. 143), “a proposta do governo é criar o Anel de Turismo, procurando aliar a exploração do turismo à preservação ambiental e histórico-cultural da RMC, e gerar emprego e renda para as populações locais.” O projeto vem sendo desenvolvido pelo governo estadual através da EMATER (Empresa Paranaense de Assistência Técnica e Extensão Rural), da COMEC (Coordenadoria da Região Metropolitana de Curitiba), entidade responsável pelo planejamento e desenvolvimento da RMC, do Paraná Turismo e da ECOPARANÁ (Serviço Social Autônomo Ecoparaná), órgãos estaduais vinculados ao turismo, juntamente com as administrações municipais.

Conforme informações da ECOPARANÁ (2003), a proposta do Anel de Turismo visa o desenvolvimento auto-sustentável de áreas de interesse de preservação, como mananciais de águas superficiais e subterrâneas (região cárstica), áreas de proteção ambiental e também áreas representativas dos valores étnicos/culturais das populações que as colonizaram. Tendo em vista o alcance destes objetivos e por tratar-se de uma ação multidisciplinar e multi-institucional, a proposta tem o intuito de integrar-se a outras ações do Governo. As preocupações econômicas, ambientais e sociais em relação aos municípios da RMC, assim como a implantação de políticas públicas de integração entre os municípios da região, são, portanto, aspectos condicionantes da situação e do evento regional identificados.

Na visão de Silveira (2001), em linhas gerais, a proposta do Anel de Turismo visa induzir o desenvolvimento do turismo na RMC, tendo em Curitiba o principal pólo emissor e receptor de demanda, e considerando os atrativos dos demais municípios como um prolongamento da oferta existente na capital.

O Anel de Turismo da Região Metropolitana de Curitiba é o resultado da integração de atrativos turísticos da região, sejam eles representados pelos roteiros de turismo ou por atrativos pontuais inseridos ou não nestes roteiros. Estes atrativos podem ser acessados por um Anel Viário, constituído pela composição de estradas municipais, rodovias estaduais e federais. O "Anel de Turismo" tem, portanto, o propósito de

caracterizar um produto único e forte, facilitando a promoção da região como um todo, ampliando e distribuindo a demanda turística e criando âncoras para atrair fluxo turístico aos locais de menor potencial (ECOPARANÁ, 2003).

Percebe-se, aqui, a idéia de formação de uma rede de atrativos turísticos, rede que tem como base a malha rodoviária da RMC. Assim, turistas que vêm a Curitiba, e a própria população da capital, teriam alternativas de lazer e de turismo em municípios menores, mais tranquilos e com novos atrativos. Além da ampliação da oferta turística da RMC, o turismo visa incrementar as economias dos demais municípios da região.

Devido à existência de uma atividade informal de comercialização de produtos representativos de cada localidade, como frutas, pães e artesanato, ao longo dos acessos formadores do "Anel Viário", propõe-se um espaço que venha a organizar e a otimizar esta atividade, junto aos postos de informações turísticas. Além destes postos de informações, está previsto um incremento da infra-estrutura de apoio ao turismo, através da implantação de sinalização adequada, paradas de ônibus e telefones públicos com menções aos atrativos locais, além de serviços de segurança e de atendimento ao turista. (ECOPARANÁ, 2003)

O resultado desta proposta do Anel de Turismo possibilita uma maior diversificação dos roteiros turísticos, fazendo uso do grande potencial que a região possui, e oferecendo alternativas capazes de atender o variado perfil da demanda turística potencial para a região. É importante ressaltar que, por possibilitarem várias alternativas de composição, os roteiros se constituem em um produto em constante desenvolvimento. (ECOPARANÁ, 2003).

Considerando as citações acima, retiradas de um documento da ECOPARANÁ (2003), fica claro que o órgão tem como principal objetivo a promoção e a expansão do turismo, de modo que não surge, na retórica da instituição, uma preocupação com a melhoria da qualidade de vida dos agricultores. Para a ECOPARANÁ, os agricultores podem contribuir para a expansão do turismo na RMC, oferecendo alguns produtos agrícolas, paraagrícolas e artesanais aos turistas. Não obstante, a cultura e os produtos da agricultura familiar passam a ser valorizados pelo órgão, a partir do momento em que são vistos como atrativos/mercadorias para os turistas.

Sabemos que, como órgão de apoio ao turismo no Estado do Paraná, a ECOPARANÁ – e a Paraná Turismo - tem a função de se preocupar com o desenvolvimento do turismo paranaense, e não questionamos essa posição. O que queremos mostrar é que há uma diferença entre os objetivos da EMATER, da COMEC e da ECOPARANÁ na formação do Anel de Turismo da RMC. Enquanto a EMATER propaga o turismo como atividade complementar às atividades agropecuárias da agricultura familiar, e o Anel de Turismo como uma iniciativa voltada à conservação ambiental e à melhoria da qualidade de vida dos agricultores familiares, a COMEC

parece estar mais preocupada com o problema do abastecimento de água para a população regional. Já a ECOPARANÁ, e por extensão a Paraná Turismo, apesar de fazerem referência à conservação ambiental e aos produtos que podem ser ofertados pelos agricultores, têm seu foco na expansão do turismo, e não no fortalecimento da agricultura familiar.

Assim, os órgãos de turismo do Estado pensam em primeiro lugar no turismo, e vêem os agricultores como parte de um produto turístico, que devem se adaptar às exigências de qualidade padronizada, propagadas pelo *trade* turístico. Tais pressupostos acabam se chocando com a retórica da Emater e das prefeituras, sobre a viabilidade do turismo como uma atividade de pouco impacto, e de valorização de outras atividades agropecuárias e paraagrícolas da agricultura familiar. Nesse jogo de objetivos distintos, as intencionalidades do *trade* turístico acabam prevalecendo sobre a maior parte dos interesses dos agricultores familiares, pois as instituições que apóiam o turismo vêem-no, antes de tudo, como um negócio, onde o agricultor deve se transformar em um empreendedor/empresário, e, portanto, deve buscar lucros crescentes e se profissionalizar cada vez mais no ramo do turismo.

O projeto de formação do Anel de Turismo da RMC é constituído por diversos circuitos de turismo, também planejados por técnicos dos órgãos governamentais do Estado e da RMC, e operacionalizados com apoio dos municípios envolvidos. Silveira (2001, p. 144) aponta que “o projeto propõe dividir a região em sub-regiões que, de acordo com suas características naturais e culturais, vão passar a compor os roteiros e/ou circuitos turísticos previstos para serem implantados na região.”

Nesse sentido, foram elaborados nove circuitos turísticos dentro desse anel, que vêm sendo paulatinamente implantados. Os roteiros foram divididos em três regiões e são os seguintes:

REGIÃO DA ROTA DOS MANANCIAIS:

- Circuito Trentino de Turismo na Serra (Piraquara)
- Caminho do Mar pela Graciosa (Quatro Barras)
- Circuito das Colônias e Caminho do Vinho (São José dos Pinhais).

REGIÃO DO KARST:

- Circuito Italiano de Turismo Rural (Colombo e Bocaiúva do Sul)
- Circuito da Natureza (Almirante Tamandaré)
- Circuito Verde Que Te Quero Verde (Campo Magro)
- Roteiro das Grutas (Rio Branco do Sul).

REGIÃO OESTE

- Estrada do Mato Grosso e Estrada de Bateias (Campo Largo)
- Circuito Polonês de Turismo Rural (Araucária).

Conforme afirma Silveira (2001), até 2000, dos nove roteiros previstos para compor o Anel de Turismo da RMC, apenas o Circuito Italiano de Turismo Rural, de Colombo,

havia sido implantado. Em 2001 foi implantado o Circuito da Natureza, de Almirante Tamandaré.

Já Segundo Nascimento e Beltrão (2002), dos nove circuitos planejados, cinco foram implantados até então, sendo: Circuito Italiano de Turismo Rural (em Colombo); Circuito da Natureza (em Almirante Tamandaré); Estrada do Mato Grosso (em Campo Largo); Caminho do Vinho (em São José dos Pinhais); e Circuito Trentino de Turismo na Serra (em Piraquara). Dentre esses projetos, o pioneiro é o Circuito Italiano de Turismo Rural, no município de Colombo, implantado em 1999. Comparando, no entanto, esses dados referentes aos circuitos de turismo na RMC, produzidos em 2000, com um documento apresentado por Nascimento e Beltrão (2004), que atualiza os circuitos, percebemos que ocorreram algumas mudanças. Assim, o Anel de Turismo da RMC atualmente abrange onze circuitos, divididos em três regiões. O Box 2 apresenta cada um deles.

BOX 2 - Circuitos Turísticos do Anel de Turismo da RMC

I. ROTA DOS MANANCIAIS

É formada a partir de rodovias municipais e estaduais, com extensão de 35 km, atendendo os municípios de São José dos Pinhais, Piraquara, Quatro Barras, Campina Grande do Sul e Colombo. Neste segmento, ocorre a interligação da rodovia Federal BR 277, com rodovia Federal BR 476. O único trecho de terra desta rota está localizado entre o município de Campina Grande do Sul e Colombo. A rota dos mananciais contempla os seguintes projetos:

1. Circuito Trentino de Turismo Rural: localizado no município de Piraquara, abrange a APA do Rio Piraquara, com destaque para a comunidade rural da Colônia Santa Maria do Tirol, com sua colonização trentina, caracterizada por manifestações culturais, religiosidade, gastronomia e por seus produtos diferenciados como o Café Trentino. Além disso, existem os atrativos naturais, situados em áreas de mananciais, na represa do Caigava, no conjunto da Serra do mar, e na represa do Rio Piraquara, que vem sendo construída. Este projeto já se encontra com uma sinalização de orientação e nas propriedades, atendendo 15 produtores.

2. Núcleo Urbano de Piraquara: contemplando a sede do município de Piraquara, o centro histórico, com casarões antigos, e a ferrovia que atravessa o núcleo urbano da cidade.

3. Caminhos do Mar pela Graciosa: Projeto que contempla o antigo trecho da Estrada da Graciosa, no município de Quatro Barras, envolvendo as comunidades rurais, seus produtos e serviços. Possui como atrativos naturais a Serra da Baitaca, o morro do Anhangava e a APA da Represa do Rio Iraí. Este projeto já se encontra com folheteria produzida e possui 23 pontos de visitação. A sinalização nas estradas está sendo providenciada.

4. Caminho do Vinho: projeto instalado na comunidade do Mergulhão em São José dos Pinhais, na APA do Rio Pequeno, que possui uma sinalização adequada e uma folheteria própria.

5. Pólo de Turismo Rural da Colônia Roseira: contempla o núcleo do entorno da Colônia Roseira, abrangendo os municípios de Colombo e Campina Grande do Sul, possuindo atrativos naturais e serviços como hospedagem e alimentação. É uma região com atrativos turísticos e com potencial de interligação entre o Circuito Italiano de Turismo Rural de Colombo, com o Município de Campina Grande do Sul.

II. REGIÃO DO KARST

A região é contemplada por três circuitos de turismo, e localiza-se na porção norte de Curitiba, integrando os municípios de Colombo, Almirante Tamandaré, Campo Magro e Campo Largo. Toda esta região encontra-se situada em um aquífero subterrâneo, que é utilizado para o abastecimento de água da população da RMC.

6. Circuito Italiano de Turismo Rural: abrange o município de Colombo até a divisa com o município de Bocaiúva do Sul. Este projeto interliga BR 476, Rodovia da Uva e Sede do Município de Colombo. Com 53 pontos de visitação, entre produtos comercializados e serviços de alimentação e hospedagem. Esta área abriga o Projeto Piloto dos circuitos de turismo da RMC, e insere-se em um aquífero subterrâneo que abastece grande parte da região metropolitana de Curitiba. Existe toda uma folheteria e sinalização nas estradas que compõem o Circuito.

7. Circuito Tamandaré de Turismo Rural: localizado no município de Almirante Tamandaré, abrange a Área de Proteção Ambiental e as nascentes do Rio Passaúna. Este projeto possui uma sinalização adequada e atende 32 pontos de visitação. É o antigo Circuito da Natureza.

8. Circuito Verde Que Te Quero Verde: situado no município de Campo Magro, envolvendo comunidades rurais e apresentando atrativos naturais como o Morro da Palha. Possui uma sinalização adequada e uma folheteria própria.

III. REGIÃO OESTE

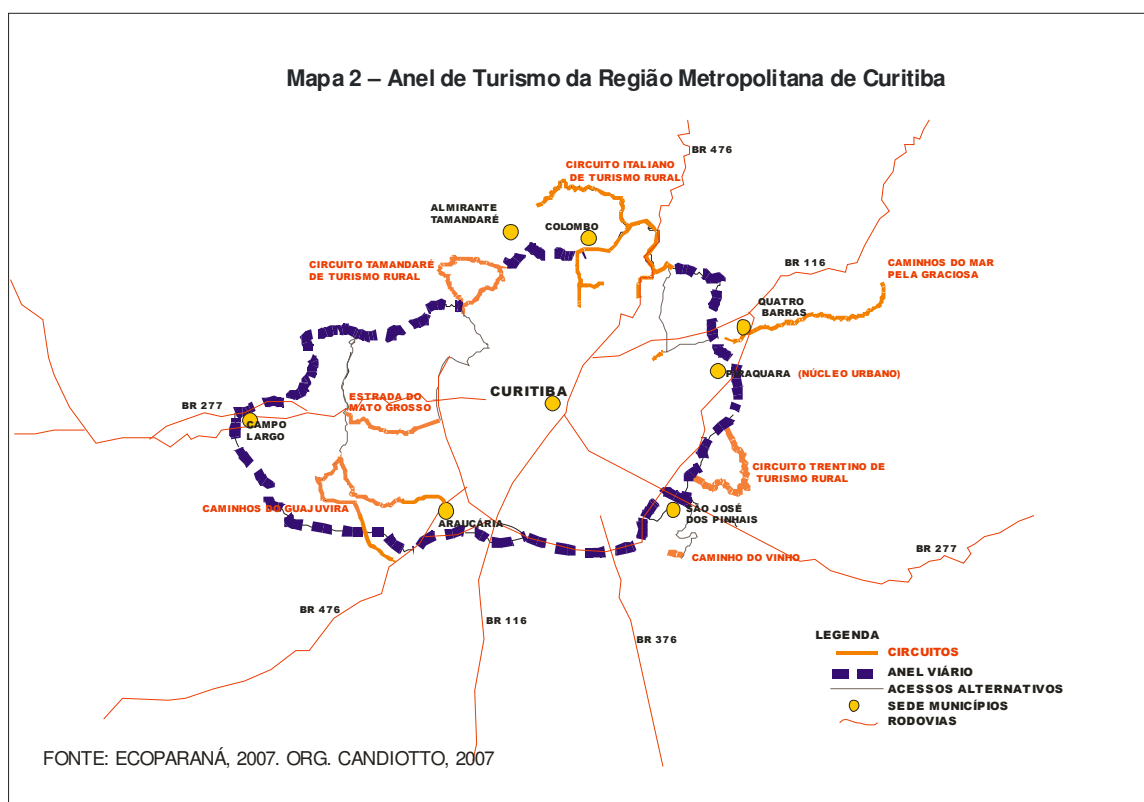
Abrange as represas do Rio Passaúna e Rio Verde. Esta região também é caracterizada predominantemente pela cultura polonesa, que se reflete na arquitetura, na gastronomia, no artesanato e nos produtos oferecidos. Existem três circuitos funcionando nessa região, sendo eles:

9. Circuito Estrada do Mato Grosso: ligada à represa do Passaúna e a Sede de Campo Largo. Este projeto atende oito pontos de visitação e possui sinalização precária, porém folheteria própria.

10. Circuito de Turismo Rural de Bateias: abrange a Estrada do Cerne no município de Campo Largo, na região de Bateias, e possui um grupo de 16 pontos de visitação, com sinalização adequada e uma folheteria própria.

11. Caminhos do Guajuvira: este projeto é concentrado na comunidade rural do Guajuvira, que foi um importante centro de comercialização de produtos agrícolas da região, em função da estrada de ferro que situa-se nas margens do Rio Iguacú.

O mapa 2 apresenta a localização do projeto do *Anel de Turismo da RMC*, e os respectivos circuitos turísticos existentes. Cabe ressaltar que o mapa indica oito circuitos, não fazendo referência ao *Pólo de Turismo Rural da Colônia Roseira*, nem ao *Circuito Verde Que Te Quero Verde*, nem ao *Circuito de Turismo Rural de Bateias*.



Fonte: ECOPARANÁ (2007). Org. CANDIOTTO, L. Z. P. (2007).

Como já apontado em citação da Ecoparaná, os circuitos que formam o Anel de Turismo da RMC estão em constante desenvolvimento. Esse desenvolvimento ainda vem sendo incipiente, contudo, pois muitas ações ainda não saíram do papel, de modo que poucos circuitos foram implantados efetivamente e aqueles que o foram necessitam de organização, de recursos e de pessoal para sua melhoria.

Para a Secretaria de Estado do Turismo (SETU), hoje existem oito circuitos turísticos implantados e em funcionamento, sendo os seguintes:

- Circuito Italiano de Turismo Rural, em Colombo
- Circuito da Natureza, em Almirante Tamandaré
- Circuito de Tijucas do Sul
- Caminhos Trentinos de Turismo Rural da Serra de Piraquara
- Circuito de Turismo Rural Verde Que Te Quero Verde, em Campo Magro
- Circuito Estrada do Mato Grosso, em Campo Largo
- Circuito de Turismo Rural de São Luiz do Purunã em Balsa Nova
- Caminho do Vinho - Turismo Rural, na Colônia Mergulhão, em São José dos Pinhais. (www.pr.gov.br/turismo).

Essa informação indica algumas alterações em nomes dos Circuitos, como vem sendo comum no planejamento e na gestão do Anel de Turismo da RMC. Entendemos que as mudanças que ocorreram foram no sentido de otimizar as potencialidades

existentes através da formatação de produtos turísticos por meio dos circuitos, e incentivar a criação de novos empreendimentos voltados ao lazer e ao turismo. Todavia, não pretendemos ampliar essa discussão sobre as alterações nos circuitos da RMC e os circuitos atualmente implantados, pois nosso enfoque reside em um destes circuitos: o Circuito Italiano de Turismo Rural, em Colombo.

Considerando a ênfase atribuída por Silveira (2001), Nascimento e Beltrão (2002 e 2004), Nitsche (2000) e Fonte (2002) ao Circuito Italiano de Turismo Rural (CITUR), e, em virtude de nosso interesse em investigar a inserção do pequeno agricultor familiar em experiências de turismo rural, optamos por direcionar nossa pesquisa ao referido município, pois, além de possuir o circuito turístico pioneiro no contexto da RMC, que serve como referência para os outros, há participação de agricultores familiares.

Desta forma, nossa pesquisa seguirá com enfoque no Circuito Italiano de Turismo Rural, de Colombo. Antes, contudo, de entrarmos no debate sobre a implantação do turismo rural em Colombo, as características dos empreendimentos, e os atores envolvidos, faremos uma caracterização geral da situação geográfica do município.

7. O município de Colombo: caracterização geográfica

Colombo está a 19 quilômetros de Curitiba e situa-se ao norte da capital, a 950 m de altitude, no primeiro planalto paranaense, na subdivisão denominada Zona Montanhosa do Açungui. Os municípios limítrofes a Colombo são Almirante Tamandaré, Bocaiúva do Sul, Campina Grande do Sul, Curitiba, Pinhais e Rio Branco do Sul. As principais vias de acesso são a BR 116; BR 476 e a PR 417.

Os bairros curitibanos de Bacacheri, Cabral e Ahú fazem divisa com o sudoeste de Colombo, de modo que fica difícil perceber os limites entre os dois municípios⁹². Segundo Katinsky (2004, p. 41), Colombo encontra-se parcialmente conurbado à capital, possuindo “uma grande mancha urbana integrada à metrópole, e o restante, inclusive a sede, fora da mancha de aglomeração contínua metropolitana”.

A área territorial do município é de 197, 805 km² e as coordenadas geográficas de Colombo são 25º 17' 30" latitude sul, e 49º 13' 27" longitude oeste (www.ipardes.gov.br). Possui um clima Cfb, isto é, subtropical úmido mesotérmico, com verões frescos e com ocorrência de geadas severas e freqüentes, não apresentando estação seca. A média de temperatura dos meses mais quentes é inferior a 22°C, e a dos meses mais frios, inferior a 18°C. A média pluviométrica anual é de 1.210 mm, com chuvas bem distribuídas durante o ano, porém concentradas nos meses de dezembro e janeiro.

A região de Colombo pertence às Bacias Hidrográficas dos Rios Ribeira e Iguaçu. O Rio Iguaçu tem influência decisiva para a formação do Rio Capivari (um dos principais

⁹² Essa dificuldade em delimitar os limites entre Curitiba e Colombo indica um processo denominado *conurbação*.

rios de Colombo), que, por sua vez, tem uma rica drenagem subterrânea em virtude de sua estrutura geológica de formação cárstica. As águas subterrâneas originam inúmeras fontes de água e grandes áreas de dolinas, e compõem o Aqüífero Karst⁹³.

Colombo possui as seguintes microbacias hidrográficas: Rio Palmital, Rio Atuba, Rio Canguiri, Rio Capivari e algumas nascentes de afluentes do Rio Barigüi. Com exceção do Rio Atuba e seus afluentes, os demais fazem parte de mananciais para abastecimento de água da região metropolitana de Curitiba (INVENTÁRIO DA OFERTA TURÍSTICA DE COLOMBO, 2003).

A ocupação do que hoje é o município de Colombo iniciou-se em 1878. Entre 1860 e 1880, a província do Paraná tinha 27 colônias agrícolas, com imigrantes de várias partes da Europa. Uma dessas colônias foi a colônia Alfredo Chaves, constituída em 1878, a 23 quilômetros de Curitiba, e que foi o embrião de Colombo. A colônia recebeu 160 colonos italianos, distribuídos em 80 lotes rurais.

Após diversas disputas políticas por território, Colombo foi transformada em Comarca em 1944. A formação territorial do município foi marcada pela forte presença de imigrantes italianos, de modo que, na constituição do CITUR, a cultura italiana se apresenta como o principal atrativo do Circuito.

Katinsky (2004) aponta, como atividades econômicas mais significativas da história de Colombo, a extração de erva-mate entre 1820 e 1920; as primeiras fábricas de louça e porcelana, instaladas entre 1920 e 1930; a extração de calcário dolomítico, iniciada em 1890 e ampliada a partir da década de 1940; além da agricultura e da silvicultura. Atualmente, destacam-se a produção agrícola de olerícolas, a extração de minerais não metálicos, e as indústrias de móveis como atividades econômicas mais importantes.

No uso do solo em Colombo, predominam as lavouras anuais (olericultura), áreas de reflorestamento e matas nativas. As matas estão, sobretudo, nas áreas de mananciais, que são mais protegidas. A maior parte do reflorestamento é da espécie conhecida como bracatinga. A lenha da bracatinga é utilizada para a produção de energia, principalmente nos fornos para queima de cal. A tabela 2 apresenta um comparativo entre o uso do solo na RMC e no município de Colombo.

⁹³ O Aqüífero Karst é considerado um grande patrimônio hídrico, sendo o segundo maior da América Latina. Devido à falta de conservação das águas da superfície, está sendo testado como fonte para abastecimento público. De grande fragilidade geológica, requer um cuidado especial na ocupação e uso do solo, dentre

Tabela 2 - Uso do solo na Região Metropolitana de Curitiba e em Colombo

Uso do solo (hectares)	RMC	COLOMBO
Lavouras anuais	203.984	3.600
Lavouras perenes	20.137	257
Pastagens naturais	150.136	1.200
Pastagens artificiais	62.631	300
Reflorestamento	217.639	4.185
Matas	237.543	3.000
Outras áreas	423.641	7.358
Total	1.139.710	19.900

Fonte: perfil periódico. Emater-PR (1999 apud Fonte, 2002).

Org. CANDIOTTO, L. Z. P. (2004)

Os dados da tabela acima mostram que Colombo apresenta um uso do solo proporcionalmente similar ao montante total da RMC. Destacam-se as lavouras anuais (olerícolas) com 7%, em detrimento das perenes (uva, outras frutas), com menos de 2%. Também existe uma área grande de reflorestamento (cerca de 5%), e ainda uma considerável mancha de matas (6,8%). Já as pastagens ocupam pouco mais de 10% da área total de Colombo. Esses dados reforçam a importância do cultivo de olerícolas para a economia rural do município, pois esta é a principal atividade explorada pela maioria dos agricultores. A área correspondente a 7.358 hectares englobados no item “outras áreas”, incluem as parcelas usadas para os assentamentos humanos, sejam eles urbanos ou rurais.

A economia de Colombo gira em torno de duas atividades principais. A mineração⁹⁴ de calcário dolomítico, granitos e mármore constitui-se na principal atividade econômica, seguida de uma agricultura de pequena escala, centrada na produção de olerícolas (hortaliças), em 491 estabelecimentos agropecuários, segundo o IPARDES.

Dados da Mineropar de 2004 mostram que três tipos de minerais são extraídos do município de Colombo, sendo o Calcário Dolomítico, com 57,77% da produção mineral total do município; Granito, com 27,35%; e Sericita (14,88%). (www.pr.gov.br/comec).

Em relação à produção olerícola, destacam-se o cultivo de couve-flor, alface, chuchu, pepino e pimentão. A Tabela 3 apresenta os percentuais desses alimentos produzidos em Colombo frente à produção no Estado e na RMC.

Tabela 3 - Percentual dos principais produtos olerícolas de Colombo

Produto	Percentual no Paraná (%)	Percentual na RMC (%)
Alface	6,22	24,14
Chuchu	24,09	72,43
Couve-flor	22,79	42,04
Pepino	2,96	20,90
Pimentão	11,97	39,46

Fonte: Censo Agropecuário, 1996.

Org. CANDIOTTO, L. Z. P. (2004)

outras medidas que precisam ser tomadas a fim de contribuir para sua conservação. (INVENTÁRIO DA OFERTA TURÍSTICA DE COLOMBO, 2003).

⁹⁴ Em Colombo a exploração extrativista mineral data de 1890, destacando-se a de carvão mineral, calcário e cal. Atualmente existem mais de 30 empresas de beneficiamento de minério que exploram cal e calcário no município. (INVENTÁRIO DA OFERTA TURÍSTICA DE COLOMBO, 2003).

Com base em dados da SEAB (Secretaria de Estado da Agricultura e do Abastecimento) de 2003, a COMEC informa que o valor bruto de produção agropecuária no município de Colombo foi dividido da seguinte forma: couve-flor (47,8%); alface (6,48%); tomate (60,22%); chuchu (4,93%); seguidos de couve, pimentão, feijão, pepino, madeira em tora e abobrinha, todos com menos de 4% do valor total do município. (www.pr.gov.br/comec). Esses dados demonstram a importância da olericultura para a economia do município.

Fonte (2002) informa que, na região de Colombo, o cultivo de olerícolas é intenso, assim como o uso de fertilizantes nitrogenados. Nesse município localizam-se importantes reservatórios de água no subsolo, e, em análises de água realizadas em nascentes, no ano de 1997, os teores de nitrato não estavam de acordo com a potabilidade estabelecida pela lei.

Apesar do uso intenso de agrotóxicos nas lavouras de hortaliças, fato que acarreta danos ambientais, vários agricultores do município vêm procurando cultivar alimentos orgânicos. A APAC (Associação dos Produtores Agrícolas de Colombo), que comercializava produtos convencionais e orgânicos, vinha contribuindo indiretamente para a ampliação da produção orgânica. Todavia, em 2006 a APAC fechou, em virtude de problemas políticos internos entre os membros da associação. Outra parte da produção orgânica é comercializada em feiras, sobretudo em Curitiba, e também em empreendimentos do Circuito Italiano de Turismo Rural (CITUR).

Colombo é o maior produtor de couve-flor do Brasil, com 95.000 toneladas/ano. A produção anual de uva gira em torno de 1.300.000 quilos, que, além de ser comercializada *in natura*, e através de sucos e doces, é transformada em 800.000 litros de vinho (FONTE, 2002).

Segundo Lannes (2003), o valor da produção rural foi de R\$ 88.800.000,00 em 2002. Deste montante, 91% da renda provém da agricultura temporária, com destaque para a couve-flor (53%), a alface e o tomate (7% cada). Já 2% desta renda vêm da agricultura permanente, sendo 79% de uva, 14% de caqui, além da erva-mate, pêra e pêssego. A pecuária responde por outros 2% da renda agropecuária anual e a piscicultura ainda é incipiente, apesar do incentivo da prefeitura na construção de 142 tanques e na distribuição de 600.000 alevinos para 160 famílias rurais. Dos 5% restantes da renda rural, certamente o turismo nisso tem participação, porém ainda não existem pesquisas que indiquem qual o montante.

Conforme dados do inventário da oferta turística de Colombo (2003), o PIB municipal está dividido em 6,26% proveniente da agropecuária; 33,27% da indústria; e 60,47% dos serviços. Em relação ao atendimento de infra-estrutura básica, o município tinha em 2002: 01 hospital e 19 postos de saúde; 45.697 unidades consumidoras de energia elétrica, sendo somente 1.262 rurais; 39.137 unidades atendidas com rede de

água; e apenas 5.954 instalações com rede de esgoto. Tendo em vista que Colombo já possuía em 2002 mais de 180.000 habitantes, a infra-estrutura, sobretudo de esgoto, ainda é precária.

Dados do ano de 2005 indicam uma população residente total de, aproximadamente, 216.000 habitantes, sendo 207.000 na zona urbana e 9.000 na zona rural (GUIA DE TURISMO RURAL DE COLOMBO, 2005). Apesar dos problemas de classificação do IBGE sobre o que é urbano e o que é rural, apontados por Veiga (2002), Schneider e Blume (2005) e outros autores, esses dados já sinalizam a diferença existente entre a densidade populacional do espaço urbano com o rural.

A taxa de crescimento populacional do município entre 1970 e 2000 foi bastante significativa. A tabela 4 indica o número de habitantes do município, enquanto o Gráfico 3 mostra a evolução da população em Colombo, considerando a população urbana e rural.

Tabela 4 – Número de habitantes de Colombo (1970-2000)

Ano	População Total	População Urbana	População Rural
1970	19.258	1.092	18.166
1980	62.881	54.979	7.902
1991	117.767	110.273	7.494
1996	153.698	145.988	7.710
2000	183.329	174.962	8.367

Fonte: IPARDES, 2007.

Org. CANDIOTTO, L. Z. P. (2004)

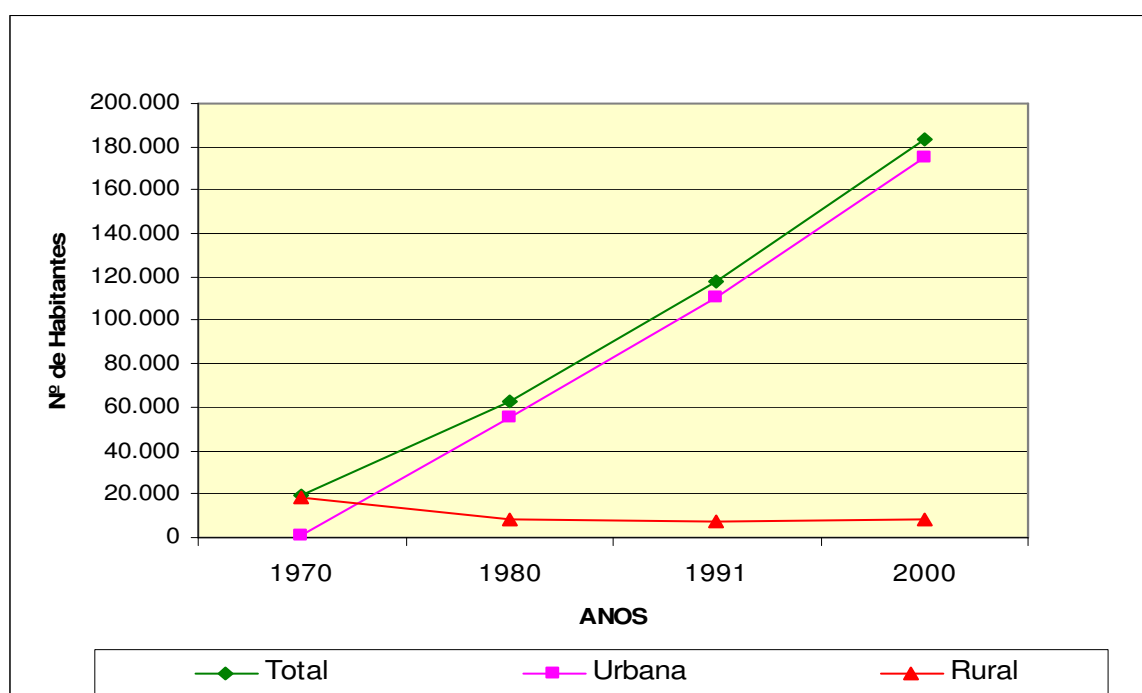


Gráfico 3 – População do município de Colombo (1970 - 2000)

Fonte: IPARDES

Org. CANDIOTTO, L. Z. P. (2007)

Segundo os dados do IPARDES (www.ipardes.gov.br), retirados de censos do IBGE, enquanto em 1970 Colombo abrigava 19.258 habitantes, sendo apenas 1.092 (5,67%) na área urbana, em 2000 o município passa a ter 183.329 habitantes, dos quais 95,44% são considerados moradores urbanos. Apesar de a classificação sobre o urbano e o rural ser extremamente controversa, os dados indicam uma brusca inversão no município, que, de eminentemente rural, se transforma em um município urbano.

Entre 1970 e 1980 houve um inchaço populacional em vários municípios da RMC, mas principalmente em Colombo. O crescimento populacional nesse período foi de 12,56%. Nos anos seguintes, a população continuou a crescer, porém a uma taxa de aproximadamente 5%. (KATINSKY, 2004).

Depois de Curitiba, Colombo é o município com a menor porcentagem de população rural entre os integrantes da RMC (4,56%). Além do forte êxodo rural, a explosão da população urbana se deu em função do grande número de pessoas que utilizam Colombo como *cidade dormitório*, sobretudo na zona sul, pois a maioria dessa população trabalha em Curitiba.

Para Katinsky (2004, p. 44), a urbanização de Colombo está restrita à “área abrangida pela mancha contígua a Curitiba, fruto da metropolização-periferização da mesma”, enquanto o restante do município permanece com características rurais. Destaca-se, nesse contexto de urbanização, a concentração populacional no setor sul do município, nos limites com Curitiba, sobretudo no bairro Maracanã.

A formação do bairro Maracanã é fruto da periferização de Curitiba. Este bairro se constitui na região de maior dinamismo econômico de Colombo, pois abriga uma população de 9.568 habitantes, tem uma densidade de 500 hab/km², e forte presença do setor terciário. A região do Maracanã, apesar de localizar-se em Colombo, faz parte de Curitiba, em virtude da identidade dos moradores com a capital. A dinâmica do Maracanã é totalmente diferente da sede de Colombo. As atividades econômicas existentes na área conurbada chegam por imposição de um mercado de consumo com baixo poder aquisitivo, porém numeroso. A essa população consumidora, soma-se a população dos bairros de Curitiba que fazem limite com Colombo. A maioria dos estabelecimentos comerciais do Maracanã tem menos de cinco anos, enquanto os da sede, mais de seis anos. (KATINSKY, 2004).

O município de Colombo é dividido em quatro setores: um centro urbano (sede); uma área rural que predomina nas zonas norte e leste; o entorno da Rodovia da Uva, na zona oeste do município; e uma periferia urbana na zona sul (cidade dormitório de Curitiba), sobretudo no bairro Maracanã. Para Katinsky, o Maracanã seria um subcentro metropolitano, enquanto a sede de Colombo se constitui em uma cidade local. A tabela 5 apresenta a distribuição da população colombense nos quatro setores.

Tabela 5 - Distribuição da população de Colombo por setor

Setor do município	Número de habitantes	Porcentagem (%)
Sede	6.000	3,3
Área Rural	8.000	4,4
Entorno da Rodovia da Uva	34.000	18,6
Zona Sul	135.000	73,8

Fonte: Lannes (2003),
Org. CANDIOTTO (2005)

Paradoxalmente, a zona sul do município é aquela que abriga 73,8% da população de Colombo, e apresenta diversos problemas. A ocupação dessa área é recente, e se deu de forma desordenada por habitantes marginalizados de Curitiba. Reconhecendo a importância da zona sul para o município, a prefeitura criou uma subprefeitura no bairro Maracanã, anexa a um *shopping center*. Muitos dos moradores desse setor trabalham em Curitiba e não são provenientes de Colombo. Usando dados de 1997, Katinsky (2004) mostra que 15% da população urbana de Colombo vivem em situação irregular (loteamentos clandestinos).

Os problemas sociais se manifestam na paisagem, através das condições precárias de sobrevivência da maioria da população do sul de Colombo. A falta de saneamento básico, a falta de vias para pedestres, a falta de asfaltamento e a falta espaços públicos de lazer, deficiências unidas ao desemprego, a moradias irregulares e inadequadas, a ligações elétricas clandestinas, entre outros fatores, são indicadores dessa precariedade. Não há um ordenamento do território por parte da prefeitura de Colombo, que parece ignorar os problemas existentes.

Além da zona sul, o entorno da Rodovia da Uva também apresenta uma população significativa (18,6%). As margens da rodovia são ocupadas por diversos estabelecimentos comerciais e residências, além de alguns atrativos do Circuito Italiano de Turismo Rural. Nesses espaços, as urbanidades e as ruralidades se misturam, pois as margens da rodovia apresentam estabelecimentos comerciais variados, bairros periféricos, juntamente com chácaras e algumas propriedades rurais. O tráfego é intenso e rápido, de modo que a estrada é perigosa, não possuindo acostamentos e saídas adequadas.

A sede do município é mais tranquila, e abriga a maioria dos serviços públicos municipais (prefeitura, escolas, bancos, parque da uva, etc.), além da igreja matriz do município (Foto 1). A partir da sede, é possível deslocar-se a todos os empreendimentos e atrativos do Circuito. Um aspecto a enfatizar sobre a sede é o fato de não haver nenhum hotel, fato que prejudica a hospedagem dos visitantes na cidade.



Foto 1: Igreja Matriz de Colombo – PR
Autor: CANDIOTTO, L. Z. P. out./2005.

No entorno da sede, existem diversas empresas mineradoras de calcário dolomítico. Os resíduos da mineração e do beneficiamento dos minérios afetam boa parte da população residente da sede, prejudicando a saúde das pessoas e gerando reclamações inquestionáveis. Colombo apresenta diversas paisagens, onde, sobre a vegetação, predomina o pó residual da extração dos minérios.

Na Rua XV de Novembro, principal da sede de Colombo, concentram-se os estabelecimentos comerciais, bancos, a prefeitura e a biblioteca municipal, além de outros serviços. A foto 2 mostra parte dessa rua/avenida.



Foto 2: Principal rua da cidade de Colombo – PR
Autor: CANDIOTTO, L. Z. P. out./2005.

A zona rural é bem diferente dos outros setores, sobretudo da zona sul, e concentra os empreendimentos e atrativos turísticos do CITUR. A paisagem rural predomina nos setores leste e nordeste do município, com diversas propriedades e comunidades rurais, onde ainda são comuns pequenas unidades de produção agrícola. Destacam-se, também, as chácaras de lazer (segundas residências) e hotéis-fazenda. Todavia, existem, nessa “zona rural”, diversos objetos técnicos característicos do urbano, como indústrias, mineradoras, supermercados, etc.

No setor sudeste do município, a Colônia Faria apresenta uma paisagem onde predominam rugosidades do rural, com pequenas propriedades rurais e igrejas antigas. Tais rugosidades se misturam, contudo, na paisagem com residências e chácaras de segunda residência. Nas proximidades da BR-116 existem indústrias, hotéis e outros objetos técnicos.

O setor oeste é eminentemente rural, com estradas sem pavimento, com propriedades agrícolas rurais, com chácaras de lazer e com alguns empreendimentos do CITUR. Já no setor nordeste, no entorno da Estrada da Ribeira, áreas de silvicultura de bracatinga e pinus predominam na paisagem, que também se mantém com características rurais.

As Fotos 3a e 3b apresentam duas paisagens rurais de Colombo. Na Foto 3a, podemos observar a área do parreiral da família Dirceu Cavalli, uma das inseridas no CITUR. Na foto 3b, uma paisagem da comunidade rural de Campestre.



Foto 3a: Parreiral da UPVF de Dirceu Cavalli.
Autor: CANDIOTTO, L. Z. P. out./2005.



Foto 3b: Paisagem rural da comunidade Campestre.
Autor: CANDIOTTO, L. Z. P. jun./2004.

Apesar dessa diversidade espacial no município de Colombo, constituída por objetos e ações característicos de urbanidades e de ruralidades, o IBGE e Schneider e Blume (2005) classificam Colombo como município urbano. Como Schneider e Blume (2005) apresentam uma classificação que consideramos mais pertinente que a do IBGE, apresentamos esta no Box 3.

BOX 3 – Metodologia para classificação urbano/rural

Sabendo das críticas e limitações da classificação do IBGE, Schneider e Blume (2005), utilizaram a metodologia Territorial Escalar Hierarquizada (TEH), para demonstrar as lacunas da classificação oficial do IBGE. Os pesquisadores trabalharam com dois níveis hierárquicos de análise: o local e o regional. Como representativo do nível local são utilizados os municípios para a classificação; e para o nível regional foram utilizadas como base as microrregiões geográficas do IBGE.

Para diferenciar em nível local as unidades rurais das unidades urbanas, utilizou-se como critério operacional principal, a variável densidade demográfica medida para cada município. As unidades urbanas (municípios) seriam aquelas com densidade demográfica maior ou igual a 80 hab./Km² ou um valor maior ou igual a 100.000 habitantes. Em nível escalar regional utilizou-se três categorias diferenciadas para classificar as microrregiões: microrregião essencialmente rural, microrregião relativamente rural e microrregião essencialmente urbana.

Aplicando sua proposta de classificação para o estado do Paraná, Schneider e Blume (2005) utilizaram dados do censo demográfico do IBGE de 2000. Como representativo do nível local foram avaliados os índices dos 399 municípios, e para o nível regional foram utilizadas como base as 39 microrregiões geográficas do IBGE.

Segundo Schneider e Blume (2005), “a metodologia territorial escalar hierarquizada (TEH) mostra que 93,58% (367 municípios) dos municípios paranaenses seriam classificados como rurais por esta metodologia, e apenas 6,42% (32 municípios) como urbanos”. (p. 28). Os autores indicam que três microrregiões são essencialmente urbanas, cinco relativamente rurais e trinta e uma microrregiões são classificadas como essencialmente rurais. As regiões essencialmente urbanas abrigam 39,25% da população do PR e ocupam 6,87% de área. A maior parte da população (43,35%) se concentra nas microrregiões essencialmente rurais, que chegam a ocupar quase 80% do território do Estado.

Schneider e Blume (2005) concluem que os dados mostram que a expressiva taxa de urbanização de 81,43% (IBGE, 2000) acaba encobrindo a presença significativa da população rural no Estado do Paraná, quando se utilizam outros critérios de corte que não aqueles do Censo Demográfico. Segundo estudo dos autores, a Região Metropolitana de Curitiba é uma das três microrregiões essencialmente urbanas do Paraná. No nível local, Colombo também é considerado um município urbano, chamado por Schneider e Blume de unidade local urbana.

O caso de Colombo é, no entanto, apenas um dos exemplos de hibridez entre o urbano e o rural, pois, mesmo sendo classificado como município urbano, Colombo apresenta áreas com características eminentemente rurais, como o setor norte e leste. Como já colocado, a maior parte da população de Colombo reside no setor sul (cidade dormitório), e esse contingente populacional é responsável por uma densidade demográfica característica de um município urbano, conforme Schneider e Blume (2005).

Devido ao fato de inserir-se em uma área de rochas cársticas, altamente friáveis, que formam o substrato rochoso do Aquífero Karst, e em área de manancial superficial e subterrâneo de abastecimento de água para a população da RMC, Colombo possui uma alta fragilidade ambiental, necessitando de maiores cuidados com a proteção ambiental e, conseqüentemente, de alternativas de desenvolvimento econômico que gerem poucos impactos ambientais. Nesse sentido, o turismo vem sendo evidenciado como uma dessas alternativas, de modo que o município foi o primeiro a ter um circuito turístico implantado no Anel de Turismo da RMC.

Entendemos, portanto, que a situação que leva ao evento (implantação do Circuito Italiano de Turismo Rural) é condicionada pelas restrições que Colombo tem em relação ao desenvolvimento de atividades econômicas, haja vista a fragilidade ambiental do município, seja em virtude de seus recursos hídricos superficiais e, sobretudo,

subterrâneos, seja em função de sua estrutura geológica. Essa fragilidade limita as possibilidades de desenvolvimento econômico no município.

Outro aspecto relevante na constituição da situação que leva ao evento do CITUR diz respeito à existência de diversas indústrias potencialmente poluidoras nos municípios da RMC, indústrias que, mesmo sob fiscalização, geram riscos aos ecossistemas locais e aos mananciais de abastecimento de água. Por conseguinte, foi necessário pensar em alternativas econômicas a esses municípios, com atividades menos impactantes.

O CITUR também visa melhorar a imagem do município, a auto-estima da população e dos agricultores de Colombo; e possibilitar alternativas de lazer, de emprego e de renda para a população local. Assim como toda a Região Metropolitana de Curitiba necessita de alternativas econômicas menos impactantes, e aposta no turismo como uma dessas alternativas, Colombo também se insere nessa lógica. Ocorre, portanto, que a mesma situação que levou à criação do Anel de Turismo da RMC (evento regional), também foi responsável pela criação e implantação do CITUR em Colombo (evento local). Desta forma, o Circuito Italiano de Turismo Rural é o evento materializado no lugar, que procuramos apreender na pesquisa. Antes de discorrermos sobre a gênese e desenvolvimento do CITUR, estaremos, contudo, discutindo elementos que configuram a escala de origem do evento, ou seja, a disseminação da retórica do turismo rural como alternativa de desenvolvimento sustentável, e os interesses implícitos nesse discurso, que passa a ser propagado mundialmente.

CAPÍTULO III

A ORIGEM DO EVENTO: o turismo rural como vetor de desenvolvimento sustentável

1. O Turismo na Contemporaneidade

As origens do que se denomina turismo moderno/contemporâneo têm profundos vínculos com o lazer e, segundo Groppo (2006), são forjadas a partir do final do século XVIII. Fundamentado no estudo de Enzensberger, Groppo caracteriza os três elementos de gênese do turismo moderno, sendo: 1) a evolução tecnológica, sobretudo nos transportes e nas comunicações, através da Revolução Industrial; 2) o individualismo moderno, fruto das Revoluções Burguesas, com destaque para a Revolução Francesa; 3) a nostalgia romântica, fruto do Romantismo.

A combinação dos avanços técnicos, que permitiram a redução do tempo de deslocamento de mercadorias e de pessoas, com a busca de liberdade individual e com a idealização da natureza como algo sacro, foram elementos condicionantes de uma transição ideológica no século XX, onde a ética do lazer passa a ser combinada à ética do trabalho, até então predominante. Tanto a ética do trabalho quanto a do lazer serviram, no entanto, para afirmação da ética do consumo (GROPPO, 2006).

Apesar de considerarmos a mudança de valores em direção ao individualismo e ao Romantismo como aspectos condicionantes da busca pelo lazer e pelo turismo, acreditamos que, sem os avanços técnicos a partir da Revolução Industrial, a ampliação das possibilidades de deslocamento e, conseqüentemente, da realização de viagens seria bem mais restrita. Assim, seguindo os pressupostos apontados por Milton Santos, atribuímos um papel de destaque para as técnicas na ampliação e na disseminação do turismo contemporâneo.

No século XX, aspectos decorrentes do desenvolvimento das técnicas, como a popularização do automóvel e do avião, a melhoria de outros meios de transporte como o ferroviário, marítimo e hidroviário, bem como a ampliação das redes de comunicação material (estradas, ferrovias) e de comunicação da informação (redes de fibra ótica, satélites, antenas, internet), reduziram o tempo de deslocamento entre pessoas, informações, idéias e capital.

O modelo de desenvolvimento urbano-industrial aglomerou as pessoas nas cidades, em virtude dos empregos ofertados nas indústrias e da infra-estrutura e serviços urbanos, que possibilitavam maior conforto se comparado às áreas rurais. A exploração do trabalho nas fábricas fazia, contudo, dos trabalhadores semi-escravos do capital industrial predominante. Silveira (1997) enfoca os processos de industrialização e

urbanização como modelos de territorialização da sociedade, e relaciona o modelo de sociedade urbano-industrial, estruturada no tripé trabalho/moradia/lazer, ao desejo de evasão do cotidiano por parte dos trabalhadores.

Com o crescimento do capitalismo, impulsionado pelo modelo de desenvolvimento urbano-industrial, e com o sucesso do *welfare state* implantado nos Estados Unidos, amplia-se a dimensão do consumo, que passa a penetrar no imaginário popular. Além do consumo de bens materiais, o consumo simbólico é incorporado como gerador de lucros, e dois exemplos desse novo tipo de consumo estão nas atividades de lazer e turismo.

Com mais tempo-livre e melhores condições econômicas, atividades de lazer e as viagens para descanso e saída da rotina passaram a ser acessíveis para a classe trabalhadora. Ao mesmo tempo, aumentava a oferta por destinações de lazer e turismo. Para viabilizar o turismo, além dos equipamentos turísticos (balneários, clubes, parques, restaurantes, museus, etc.), foi preciso investir em infra-estrutura (estradas, portos, aeroportos, hotéis, *resorts*). Assim, o crescimento da oferta de lazer e turismo tornou-se um novo e promissor mercado para investimentos, pois, como a demanda crescia, era necessário e seguro investir nesses novos setores da economia.

Devido à necessidade constante de expansão do capitalismo, o turismo passou a ser visto como uma nova possibilidade de afirmação capitalista, por meio da criação de toda uma estrutura destinada a transformar o tempo-livre do trabalho em tempo de consumo. Desta forma, surge a indústria do lazer e do turismo, com a função de popularizar as viagens, ampliar o consumo no tempo-livre, obter lucros para seus investidores, gerar empregos e divisas, atrair investimentos para as áreas receptoras, e facilitar a entrada de empresas multinacionais e transnacionais nos países periféricos.

Nessa parte do trabalho, procuramos discutir o lazer e o turismo na contemporaneidade, indicando as transformações espaciais decorrentes destas atividades.

1.1. Ponderações sobre o lazer e o turismo

Discutir o turismo implica considerar o lazer, pois, muitas vezes, as áreas que oferecem atrativos e serviços turísticos também são freqüentadas por pessoas que buscam somente o lazer. Além disso, em função de uma confusão conceitual ou mesmo do maior *status* do turismo frente ao lazer, muitos lugares que ofertam atividades de lazer são vendidos e propagados como turísticos. Assim, consideramos pertinente diferenciar *lazer* de *turismo*, mostrando o que os caracteriza.

De acordo com Dumazedier:

O lazer é um conjunto de ocupações às quais o indivíduo pode entregar-se de livre vontade, seja para repousar, seja para divertir-se, recrear-se e entreter-se, ou ainda para desenvolver sua informação ou formação desinteressada, sua participação social voluntária ou sua livre

capacidade criadora, após livrar-se ou desembaraçar-se das obrigações profissionais. (DUMAZEDIER, 1999, p. 88).

A classificação das atividades de lazer é variada e, portanto, passível de questionamentos. A mais utilizada é a do francês Joffre Dumazedier, que se baseia no princípio do interesse cultural central de cada atividade de lazer. Assim, ele classificou as atividades de lazer em físicas, manuais, intelectuais, artísticas e sociais (DUMAZEDIER, 1999). Camargo (1999) completa essa classificação com as atividades turísticas, as quais, para o autor, são as que mais provocam ansiedade nos indivíduos, pelo fato de permitirem conhecer novas formas de vida, novos lugares ou por permitirem que as pessoas se ausentem um pouco da rotina do dia-a-dia. Nesse sentido, o turismo é uma das extensões do lazer, de modo que a prática do turismo implica a prática do lazer.

Para Marcellino, o lazer é mais que descanso e divertimento, sendo importante também para o desenvolvimento pessoal e social, e tendo grande influência na qualidade de vida das pessoas. Diante disso, o Estado e os municípios devem zelar pelo bem-estar de sua população, formulando políticas de lazer que garantam e supram suas necessidades (MARCELLINO, 2000).

A Constituição Brasileira reconhece o lazer como um direito social, assim como a educação, a saúde, o trabalho, a segurança, a previdência social, a proteção à maternidade e à infância, e a assistência aos desamparados. (CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL, 1998, cap. II, art. 6). O lazer é, portanto, atualmente um direito de todos para uma melhor qualidade de vida dos indivíduos, cabendo ao Estado disponibilizar espaços públicos para o lazer da sociedade.

Apesar de o lazer ser um direito social, Groppo (2006) ressalta que o processo de mercantilização da vida sociocultural conduz a uma colonização do lazer pelo sistema econômico, fazendo com que, de um direito social, este passe a ser comercializado como mercadoria, sendo assim necessário pagar para se ter lazer. Assim como outros direitos sociais, como a educação, a saúde e a cultura, cada vez mais o acesso ao lazer é, portanto, determinado pelo poder aquisitivo, pois geralmente implica gastos para as pessoas. Desta forma, podemos afirmar que, sem a criação e a manutenção de espaços públicos de lazer, este se torna uma prática segregadora.

Tanto o lazer como o turismo envolvem o tempo livre, isto é, aquele tempo que não é ocupado com atividades do trabalho ou outras obrigações sociais e familiares. Entretanto, o lazer se diferencia do ócio, pois, segundo Dumazedier (1999), para ter lazer é necessária a existência de um trabalho, enquanto o ócio caracteriza-se por uma negação ao trabalho. É preciso deixar claro, portanto, que o tempo-livre está vinculado à existência de um trabalho, isto é, uma atividade remunerada exercida semanalmente, não podendo ser confundido com um tempo livre de uma pessoa desempregada. Assim, o tempo-livre é consequência do tempo de trabalho, sendo também um tempo direcionado

ao consumo material (aquisição de produtos diversos) e simbólico (visitas a diversas paisagens, busca de novas experiências sociais e novos conhecimentos).

Geiger (2001) relaciona o desenvolvimento técnico do século XIX na área de transportes – como os navios a vapor e as estradas de ferro – à maior possibilidade de deslocamento das pessoas e, conseqüentemente, à consolidação do lazer e, principalmente, do excursionismo⁹⁵.

Ouriques (2005) resgata a trajetória do lazer e do ócio a partir do século XIX, mostrando que as diversões populares, até então livres, foram sofrendo críticas, em função das bebidas, jogos, danças, etc. Na segunda metade do século XIX, com a criação do fim de semana, surgiram as excursões, beneficiando principalmente as igrejas (que pregavam nas excursões familiares) e os capitalistas (que disciplinavam os trabalhadores). Assim, Ouriques defende que o tempo-livre dedicado aos lazeres é um tempo de consumo e, portanto, um tempo do capital, de modo que não existe tempo livre no reino das mercadorias. “Ao mesmo tempo em que o lazer turístico surgiu como uma conquista da classe trabalhadora, constituiu-se e significa uma forma de controle do capital sobre o *tempo disponível*” (p. 27).

Para Carlos (1996, p. 25), a expansão do capitalismo fez com que o lazer mudasse de sentido, pois, de atividade espontânea, parte do cotidiano, “passa a ser cooptado pelo desenvolvimento da sociedade de consumo que tudo que toca transforma em mercadoria, tornando o homem um elemento passivo.” A geógrafa diz que o lazer é normatizado e massificado, enfatiza o lazer mais como necessidade para o capital do que para a sociedade e aponta para o lazer como fator de produção do espaço. Ao discorrer sobre o lazer e o turismo, Carlos afirma: “produz-se nova atividade produtiva, diferenciada, com ocupações especializadas que produz um novo espaço e/ou novas formas de uso deste espaço.”

Tanto Carlos quanto Ouriques se fundamentam em Lefebvre para discorrer sobre o caráter mercantil do lazer. Segundo Ouriques (2001), Lefebvre se remete, em várias de suas obras, ao que denomina *colonização do cotidiano*, referindo-se a um processo de constituição de um cotidiano alienado, onde predomina o valor de troca em detrimento do valor de uso. Assim, o cotidiano se torna objeto de atuação capitalista, seja no lazer ou no turismo. A própria idéia de fuga do cotidiano por meio do turismo acaba sendo utilizada para mercantilizar o espaço.

Se a prática do lazer, que é um direito de todo cidadão, acaba sendo influenciada pela lógica de acumulação capitalista e, conseqüentemente, pela situação econômica das pessoas – pois muitas vezes, para praticar o lazer, é preciso ter um excedente de dinheiro –, o turismo caracteriza-se como uma atividade bem mais segregadora que o

⁹⁵ Quando há deslocamento de pessoas para fora de seu município, sendo deslocamento inferior a 24 horas, então ocorre o excursionismo, que seria uma atividade intermediária entre lazer e turismo, porém tanto o turismo quanto o excursionismo são modalidades de lazer, ou seja, fazem parte das atividades de lazer.

próprio lazer, pois envolve maiores custos aos seus praticantes. Apesar da ampliação de destinações turísticas, das conquistas trabalhistas e da popularização do turismo, este continua sendo restrito a uma parcela da população. Com as facilidades de deslocamento, viajar ficou mais fácil e rápido, porém, para tanto, é preciso ter dinheiro disponível.

Segundo a Organização Mundial de Turismo (OMT, 2003), o turismo é a soma de relações e de serviços resultantes de mudanças temporárias e voluntárias de residência, motivadas por razões alheias a negócios ou profissionais. Barreto (1995) entende o turismo como um fenômeno social de múltiplas inter-relações, pautado no deslocamento temporário de indivíduos ou grupos.

Entendemos que a principal diferença conceitual entre o turismo e o lazer reside em dois aspectos: o deslocamento e o tempo de permanência na área receptora. O turismo caracteriza-se pelo deslocamento, e, portanto, por uma viagem, que pode ser para uma localidade distante ou próxima àquela de origem. Já o lazer pode ocorrer com ou sem deslocamento para outros municípios. Quando há deslocamento, temos o excursionismo (que se constitui em uma forma de lazer).

O elemento fundamental que caracteriza a prática do turismo é, no entanto, a permanência do visitante por mais de 24 horas na sua destinação, com ao menos um pernoite. A OMT (Organização Mundial de Turismo) aceita a definição de turista como aquele que permanece na destinação por mais de 24 horas, até menos de três meses. Se tal permanência for inferior a 24 horas, o viajante é considerado excursionista, que, conseqüentemente, irá praticar o lazer.

O acesso ao lazer está, portanto, ligado ao tempo-livre do trabalho, que é ampliado com as conquistas trabalhistas do século XX, como a redução na jornada de trabalho, o direito a férias e ao décimo terceiro salário. A popularização do automóvel a partir da década de 1920 também contribui para a expansão do lazer e, conseqüentemente, do excursionismo e do turismo.

Já o turismo, além de ser uma conseqüência da ampliação do tempo-livre e da disseminação do lazer, é fruto da expansão do capitalismo e tem profunda ligação com o desenvolvimento das técnicas, pois, no turismo, o deslocamento é obrigatório. Além das melhorias nas vias de circulação e nos meios de transporte terrestre, o avião também revolucionou o deslocamento e as viagens, sendo crucial para o crescimento do turismo.

Junto aos avanços tecnológicos do século XX na área de transportes, estão os avanços nas telecomunicações, através dos satélites, computadores, telefonia celular, rápida transmissão de informações, imagens e sons, entre outros aspectos, que facilitaram a comunicação entre as empresas promotoras do turismo, e, por conseguinte, a divulgação das destinações turísticas para a sociedade. Através da forte influência da

mídia, aumenta o desejo da sociedade em conhecer determinadas destinações, e estas se cristalizam no imaginário coletivo como elementos de prazer e *status*.

Com maior tempo-livre, e com a disponibilidade de dinheiro, é possível viajar para qualquer parte do mundo. Do ponto de vista econômico, porém, o consumo turístico só é possível depois que todas as necessidades vitais, que constituem um consumo obrigatório, tenham sido supridas. Não há, portanto, como negar que o turismo é uma atividade elitista e segregadora⁹⁶.

Assim como no lazer, Ouriques (2005, p. 18) entende o tempo-livre destinado ao turismo como um tempo do capital. Arlete Rodrigues (1996) pensa de forma semelhante, ao afirmar que “o tempo do não-trabalho faz parte do tempo social, contrapartida do tempo dedicado à produção, mas domina a economia porque é tempo de consumo, daí a importância da indústria turística hoje no mundo, uma vez que enormes setores produtivos se constroem a partir do não-trabalho.” (p. 32).

A concentração da regulação do turismo nas mãos de organismos internacionais como a OMT (Organização Mundial do Turismo), a ONU (Organização das Nações Unidas) e a UNESCO é assinalada por Cazes (2001). Para Ouriques (2005), a OMT atua conforme os princípios da OMC (Organização Mundial do Comércio), e um indicador disso reside no movimento de privatização e de desregulamentação do turismo propagado pela OMT, por meio da abertura das economias nacionais da periferia ao mercado global.

Milne (1999) também ressalta a influência da OMT e do PNUD (Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento) da ONU, na promoção e na organização do turismo em destinações de países considerados emergentes.

The World Tourism Organization, the United Nations Development Program and a number of other bodies also continue to play an important role in the formulation of tourism development strategies in emerging destinations, and in the design and provision of tourism industry training programs. (MILNE, 1999, p. 46).

Além da forte influência da OMT e da ONU nos programas de turismo em países periféricos, Milne (1999) aponta que instituições econômicas globais, como o Banco Mundial, têm um importante papel na promoção do desenvolvimento do turismo em muitas nações pobres do mundo, além da imposição de políticas de ajustamentos estruturais que possibilitem fluxos de investimentos estrangeiros.

Apesar de a expansão do turismo contemporâneo estar direcionada aos países periféricos, a maioria dos turistas que usufruem as destinações, é procedente dos países centrais. Ouriques (2005) apresenta dados de 1998 que indicam que países europeus, os

⁹⁶ Para Coriolano e Silva (2004, p. 4), “o turismo significa o lazer de viagem, portanto um lazer especial e elitizado dirigido às pessoas e grupos que se mobilizam facilmente conforme os ditames do capital internacional.”

EUA e o Canadá concentraram 76,93% do fluxo turístico mundial, enquanto a participação das Américas Central e do Sul, África e Oriente Médio foi de 9,92%.

Ouriques (2005) e Falcão (1996) questionam as vantagens do turismo para os países periféricos, pois a influência dos turistas e das empresas de turismo dos países centrais nos periféricos é imensa, seja através dos hotéis e *resorts*⁹⁷, das empresas aéreas, dos pacotes turísticos, e de grande parte da infra-estrutura, equipamentos e recursos humanos de origem nos países centrais. Para Falcão, “parcela significativa da renda gerada pelo turismo permanece nas áreas onde o produto é vendido em moeda estrangeira, entrando diretamente nos circuitos superiores do mercado financeiro internacional.” (p. 67).

Silveira (1997) se mostra animado com a expansão do turismo na América Latina, pois acredita no turismo como um vetor de desenvolvimento. Seguindo, contudo, as aceções de Falcão (1996) e Ouriques (2005), os benefícios da expansão do turismo na periferia devem ser questionados. Assim, acreditamos que a divulgação da ideologia do turismo nos países periféricos, apesar de parecer vantajosa para estes, não passa de mais uma forma de domínio dos países centrais e de expansão da territorialização do capitalismo, através da manutenção da dependência da periferia em relação ao centro. É certo que as elites e outros atores dos países periféricos acabam tendo vantagens com o desenvolvimento do turismo, porém os maiores lucros concentram-se nos países, firmas e empresários provenientes dos países centrais.

O turismo não produz e comercializa somente bens materiais, mas também mercadorias simbólicas, ligadas ao imaginário em relação à natureza, à cultura, ao exótico, à aventura, entre outros valores. O caso do turismo é emblemático, pois as mercadorias que mais motivam são as paisagens, o imaginário do indivíduo sobre determinado lugar ou atrativo, bem como a simbologia destes para a sociedade. A partir desse imaginário, cria-se todo um aparato material (infra-estrutura, equipamentos, *souvenirs*) que permite a visita e o consumo daquele espaço e de sua simbologia.

Para Harvey (1989), com a transformação da cultura em mercadoria, imagens e símbolos culturais passam a ser produzidos e comercializados, resultando no surgimento de diversos simulacros.⁹⁸ Esse predomínio da forma sobre o conteúdo, do imaginário sobre o concreto, do virtual sobre o real, é decorrente de novos valores sociais onde a estética passa a ser mais valorizada que a ética⁹⁹.

⁹⁷ Ao referir-se a grandes destinos turísticos, sobretudo *resorts*, Carlos (1996, p. 28), afirma: “em todos esses lugares o espetáculo contempla a vitória da mercadoria que produz cenários ilusórios, vigiados, controlados sob aparência da liberdade.”

⁹⁸ Para Harvey (1989), os simulacros correspondem a um estado de réplica tão próximo da perfeição que a diferença entre o original e a cópia é quase imperceptível. O autor cita como simulacros a produção de prédios antigos, de objetos de arte, de elementos da natureza e também de manifestações culturais.

⁹⁹ Segundo Harvey (1989, p. 301), “Uma retórica que justifica a falta de moradias, o desemprego, o empobrecimento crescente, a perda de poder, etc., apelando a valores supostamente tradicionais de autoconfiança e capacidade de empreender também vai saudar com a mesma liberdade a passagem da ética para a estética como sistema de valores dominante.”

Seja como fenômeno de afirmação da diversidade cultural ou da padronização cultural, o turismo se apresenta como uma atividade que, inevitavelmente, implica transformações socioculturais que, no caso do turista, podem ser temporárias, mas na comunidade local e nas áreas receptoras tendem a perdurar.

No que tange aos turistas, as esperadas viagens nas férias os levam a sentirem-se descompromissados com o lugar visitado, acreditando que podem fazer o que quiserem, simplesmente pelo fato de pagarem pela viagem e pela “liberdade”. Ouriques (2005) mostra que esse comportamento do turista é denominado pelos antropólogos de *ritual de inversão*, significando que o turista tende a se comportar de maneira diferente da habitual, fazendo coisas que normalmente não faria em seu lugar de origem¹⁰⁰. Isso ocorre porque o turista não possui nenhuma identidade com o lugar visitado, muito menos com os habitantes do lugar, vistos como serviçais ou sujeitos pitorescos¹⁰¹.

Ao escrever sobre turismo e desenvolvimento, Souza (1997a) informa que, na atual estrutura, dificilmente os anseios e as necessidades da maioria da população irão prevalecer frente aos que concentram o poder. Além dos atores que se apropriam dos territórios turísticos, os turistas geralmente são beneficiados em detrimento dos residentes. Conseqüentemente, os conflitos entre turistas e nativos geralmente se dão através do choque entre culturas, onde, na maior parte das vezes, o turista despreza os valores culturais do destino, pois se acha superior, não só economicamente, mas culturalmente, enquanto os residentes têm seu território e cotidiano invadidos.

Dificilmente determinada viagem ou experiência leva o turista a modificar sua visão em relação ao lugar visitado e à sua população, pois a atitude de superioridade dos turistas, a falta de interesse pela realidade dos lugares, e os espetáculos e simulacros criados e vendidos pelos pacotes turísticos preponderam sobre a possibilidade de intercâmbio cultural entre turista e residente, maior conhecimento da realidade das destinações e dos próprios impactos do turismo e, conseqüentemente, sobre uma autocrítica dos turistas em relação a seu comportamento.

Todavia, não são os turistas os maiores afetados com as implicações do turismo, mas, sim, a população autóctone, que tem seu lugar invadido por promotores e empresas do *trade* turístico e principalmente pelos turistas, fato que afeta seu modo de vida, suas relações de trabalho e sociais, auto-estima, seus valores e sua percepção.

Já em 1982, Mathieson e Wall (Apud Swarbrooke, 2000) definiram cinco características do relacionamento entre população local e turistas:

- é transitório e de curta duração, tendendo a ser superficial;

¹⁰⁰ O turista comporta-se e tem a necessidade de se comportar de forma diferente no local visitado, inclusive agindo de uma forma que seria considerada socialmente reprovável em sua terra natal. (p. 21).

¹⁰¹ Ouriques destaca, como exemplos, o predomínio da visão estereotipada dos turistas em relação aos residentes de países periféricos, tidos como sujos, preguiçosos, selvagens; e o interesse dos turistas por aventuras sexuais nos países da periferia.

- grande variedade de experiências e demoras podem irritar turistas, e residentes podem se aproveitar da situação;
- raramente os turistas encontram a população local e conversam com esta;
- relações tendem a ser formais e planejadas;
- relações são desiguais e desequilibradas, em termos materiais e de poder.

Mathieson e Wall não atribuem tanta relevância para o comportamento do turista, e parecem achar que a relação entre turistas e residentes poderia ser melhor a partir de mudanças no comportamento da população local, voltadas à aproximação aos turistas. Acreditamos, porém, que muitos dos impactos socioculturais do turismo são causados por ações irresponsáveis e inconseqüentes dos turistas, que, ao não respeitarem e até desprezarem o estilo de vida dos residentes, os levam a ver o turista como um novo “colonizador”, que, por estar se apropriando e explorando o território das comunidades locais, são vistos como ameaças, podendo, então, ser explorados por essa população residente, no que tange à cobrança de preços mais altos para os turistas. Ocorre, porém, que a exploração praticada pelos turistas é muito maior do que a praticada pelos residentes, e o comportamento dos turistas é um fator-chave no surgimento dos impactos negativos.

Entendemos, portanto, ser primordial conscientizar os turistas a respeito dos impactos que causam e da necessidade de mudanças em seu comportamento de superioridade e de desprezo pelas populações locais. Da mesma forma, os residentes devem estar cientes das conseqüências do turismo, e preparados para buscar possíveis soluções que reduzam os impactos negativos do turismo.

Ouriques (2005, p. 138) afirma que a comercialização da *cultura local* vem se configurando em um grande produto da indústria do turismo, um espetáculo, levando à “invenção de tradições e transformação do folclore e festas populares em mercadorias turísticas”. Os residentes também se tornam mercadorias, em virtude de sua força de trabalho e de seu exotismo cultural. “O turismo se apropria de manifestações populares e realidades sociais que em outros momentos foram consideradas expressões do subdesenvolvimento, dando-lhes um significado estético e produzindo-as enquanto mercadorias turísticas.” (p. 140).

Nesse sentido, acreditamos que a busca de identidade através do resgate ou afirmação de manifestações culturais, apesar de poder apresentar-se como um indicador de consciência e resistência por parte das comunidades locais, acaba sendo influenciada pela lógica do capital, de modo que é comum verificar uma contradição entre a busca por identidade cultural e as práticas culturais que são “resgatadas” para gerar lucro. Geralmente o objetivo de resgate de determinada manifestação cultural está vinculado ao seu uso como mercadoria.

Entendemos que existem situações heterogêneas no que tange à transformação da cultura em mercadoria, porém esse fenômeno é quase inevitável. Além dos interesses externos de apropriação do lucro que determinada manifestação cultural pode gerar, há casos em que a própria comunidade modifica suas tradições em função de objetivos econômicos. Existem também casos onde há um conflito de interesses e intencionalidades dentro da própria comunidade, contrapondo posições tradicionais de preservação cultural a posições mercantis e economicistas, que podem levar à apropriação da cultura por determinado grupo, e sua transformação em espetáculo e em simulacro. Assim, além da dificuldade de resistência das manifestações culturais, o principal problema reside na transformação destas em mercadoria, fato que certamente leva as comunidades a modificar suas manifestações para poder comercializá-las.

Não queremos tomar uma posição radical ao nos preocuparmos com a comercialização da cultura, pois se esta for gerenciada pelas comunidades e trazer benefícios para a população como um todo, poderá ser vista como positiva. Ao entrar, no entanto, na lógica do mercado, diversas manifestações culturais podem ser simplesmente apropriadas e distorcidas para gerar lucros aos seus investidores, e não para as comunidades.

Nessa complexa relação globalização/fragmentação, a idéia de fragmentação aplicada à cultura não decorre apenas da vontade da população local em criar identidades, mas, sobretudo, pelo interesse dos capitalistas por novos mercados. Assim, aspectos da história e da cultura local passam a ter interesse mercadológico, pois se tornam singularidades no contexto da globalização. Todavia, vale ressaltar que ainda existem diversas manifestações culturais endógenas e autênticas, mantidas por gerações, que se apresentam como resistências conscientes à globalização, procurando não depender da lógica capitalista. Estas fazem parte do cotidiano dos grupos sociais e não precisam ser comercializadas para continuarem existindo, pois são manifestações autênticas e descompromissadas com a geração de lucros¹⁰².

Conforme nossa intenção em realizar um trabalho pautado na relação global/local, tendo como foco o lugar e as influências que este recebe de outras escalas, podemos concordar com Harvey (1989) sobre o papel crucial das determinações macroestruturais do capitalismo global incidindo sobre os lugares, mas também nos remetemos a Santos (1996) no que diz respeito à força do lugar como receptáculo físico/material das determinações globais e de outras escalas, que leva à afirmação da diversidade de situações singulares presentes nos lugares. Essa diversidade indica que, mesmo com a tendência de apropriação e padronização espacial e cultural (verticalidades), há uma heterogeneidade na configuração do espaço geográfico, onde os atores locais têm

¹⁰² Como exemplos, podemos citar a Folia de Reis, rituais indígenas, e algumas procissões religiosas que ainda não foram apropriadas pelo *trade* turístico.

grande responsabilidade no uso e na produção dos lugares (horizontalidades), apesar de não terem muita autonomia para tanto.

Além das implicações econômicas e culturais, o turismo desencadeia impactos ambientais. Devido ao fato de o turismo ser uma atividade de consumo do espaço, os aspectos ambientais (como flora, fauna, clima, recursos hídricos e feições geológicas e geomorfológicas traduzidas nas chamadas paisagens “naturais”) apresentam-se como recursos turísticos, já utilizados ou com potencial para utilização. A maior parte dos atrativos turísticos é constituída por elementos naturais, como praias, rios, montanhas, cavernas, entre outros. Ocorre, no entanto, que a instalação da infra-estrutura e dos equipamentos destinados a viabilizar a visita turística modifica as paisagens, podendo até comprometer os próprios atrativos naturais.

Ao perceber as possibilidades de uso turístico dessas paisagens naturais, políticos passam a direcionar verbas públicas na dotação de infra-estrutura básica (estradas, aeroportos, energia elétrica, etc.) e turística (parques, centro de convenções e exposições, postos de informação, *marketing*, sinalização, etc.), enquanto empreendedores começam a investir na instalação de equipamentos turísticos (hotéis, pousadas, restaurantes, agências receptivas, entre outros), com o apoio público através de incentivos fiscais, doações de terrenos, entre outros. Conseqüentemente, as paisagens e os ecossistemas, e os respectivos elementos naturais de interesse turístico, são afetados pelo processo denominado por Luchiari (2000) de *urbanização turística*.

Alguns pesquisadores tecem críticas ao turismo de natureza. Rodrigues (2001) entende que, sob o rótulo de turismo ecológico, legitimam-se velhas práticas do turismo tradicional predatório. Luchiari (2002, p. 120) vê as modalidades de turismo de natureza “limitadas pelas estratégias de mercado, e pelas políticas públicas de turismo que tomam a natureza como mercadoria.” Becker (1996) destaca a natureza como mercadoria para o capital; e Bruhns (1998) afirma que diversas atividades rotuladas como ecoturísticas continuam tendo uma prática segregadora, pois os turistas se apropriam dos lugares naturais sem respeitar a população residente, que não participa dos lucros e acaba sucumbida pelo poder econômico dos turistas e empreendedores.

Os impactos econômicos, culturais e ambientais do turismo certamente conduzem a diversas implicações espaciais. Carlos (1996) e Becker (1996) ressaltam o turismo como fenômeno que produz e consome espaço. Na visão de Carlos (1996, p. 26),

A indústria do turismo transforma tudo o que toca em artificial, cria um mundo fictício e mistificado de lazer, ilusório, onde o espaço se transforma em cenário para o “espetáculo” para uma *multidão amorfa* mediante a criação de uma série de atividades que conduzem à passividade, produzindo apenas a ilusão da evasão, e, desse modo, o real é metamorfoseado, transfigurado, para seduzir e fascinar.

Com o mesmo enfoque crítico de Carlos, Arlete M. Rodrigues (1996) considera que a indústria do turismo reproduz a reprogramação da vida sob a alegação da fuga do

cotidiano, revelando uma ilusão sob aparência de liberdade de escolha. Por meio dessas ilusões, essa indústria mascara a imposição de “uma nova racionalidade, que não é diferente da imposta ao processo de trabalho da fábrica.” (p. 31).

Com base nos autores acima, fica perceptível que o turismo se apresenta como um grande negócio, envolvendo firmas nacionais e transnacionais e governos nacionais, regionais e locais, em sua preparação (elaboração e comercialização de roteiros, investimentos em infra-estrutura, capacitação e equipamentos turísticos), e em sua execução (pacotes de viagem, atividades de entretenimento, atendimento aos turistas).

1.2. A dimensão espacial do turismo

O elemento diferencial do turismo, em relação a outras atividades econômicas, reside no consumo do espaço, através das paisagens (formas naturais e humanas) e dos lugares (aspectos socioculturais) que se tornam valiosas mercadorias. A partir do interesse por determinadas paisagens e lugares, novos objetos técnicos (aeroportos, estradas, hotéis, *shopping centers*, restaurantes) são inseridos nestes, para permitirem seu uso e consumo.

Luchiari (2002) dá ênfase à evolução das técnicas como um fenômeno condicionante da expansão do turismo. A história das viagens e do turismo tem acompanhado a evolução das técnicas (principalmente nos transportes e comunicações), das infra-estruturas (sobretudo urbanas) e dos modelos econômicos vigentes. “Assim se vê a associação entre as trocas mercantis e as viagens, o fordismo e a comercialização de pacotes padronizados, o desenvolvimento sustentável e a *descoberta* do turismo de natureza pelo mercado, a acumulação flexível e o turismo segmentado” (LUCHIARI, 2002, p. 111).

Com a chegada dos turistas, o processo de produção e consumo do espaço se complexifica. Conseqüentemente, as técnicas, as empresas, os novos empregados do turismo e os turistas vão se instalando, e modificando a paisagem, o lugar, o território e o próprio espaço geográfico.

Segundo Almeida (2004), o espaço geográfico constitui o principal objeto de consumo do turismo. Para Nicolás (2001), o turismo é consumidor de espaços, e os elementos físicos, naturais ou humanamente construídos se constituem em atrativos. Arlete Rodrigues (1996) também vê o turismo como uma mercadoria cuja marca é o consumo do espaço, e alerta para casos onde o consumo turístico destrói a própria mercadoria que deu origem à atividade, ou seja, os atrativos – geralmente naturais – que motivaram o desenvolvimento do turismo.

Falcão (1996) aponta duas formas de consumo por meio do turismo, sendo o consumo material (gastronomia, artesanato, *souvenirs*, hospedagem, vias de acesso e

meios de transporte) e o simbólico (festas, manifestações culturais, o imaginário vendido pela mídia e pelo *trade*).

Além de consumidor do espaço, já destacamos o turismo como produtor do espaço. Falcão (1996), A. M. Rodrigues (1996)¹⁰³ e Carlos (1996) também fizeram o mesmo. “Cada vez mais o espaço é produzido por novos atores de atividades econômicas como a do turismo, e desse modo praias, montanhas e campos entram no circuito da troca, apropriadas, privativamente, como áreas de lazer para quem pode fazer uso delas.” (CARLOS, 1996, p. 25).

Apesar de concebermos o turismo como produtor de espaços, cabe a ressalva de que, na maioria dos casos, o turismo surge como mais um elemento de produção e/ou de transformação espacial, assim como uma indústria, um novo bairro, etc. É, portanto, importante relativizar seu papel de produtor do espaço, pois o turismo depende de vários outros setores para existir, como infra-estrutura, transportes, vias de acesso, rede hoteleira e gastronômica, serviços de saúde e segurança, sinalização, entre outros.

Em alguns casos, como na instalação de *resorts*, complexos turísticos e grandes projetos turísticos, o papel do turismo como produtor do espaço é grande, pois a maior parte da infra-estrutura e dos equipamentos é instalada em função do turismo. Quando, contudo, o turismo vai se desenvolvendo de forma gradual em cidades, vilarejos e outros lugares que já possuem alguma infra-estrutura, seu papel de produtor do espaço se dá por meio da relação com outros setores já existentes. Nesse caso, preferimos compreender o turismo como mais um elemento transformador do espaço do que como produtor.

Do ponto de vista territorial, o turismo é grande consumidor de espaços e também produtor e transformador. É uma atividade criadora de imagens e representações aos usuários e às sociedades receptoras. O turismo é também uma forma de apropriação do espaço. Numa perspectiva dialética, além do espaço, o turismo também é um consumidor e produtor de tempo. Esse consumo de espaço e tempo por parte do turismo começa antes da viagem, através do planejamento desta. Assim, criam-se as imagens, sob influência das operadoras. (CARA, 2001).

Assim como outros setores econômicos e produtivos e outros fenômenos de influência na produção e consumo do espaço geográfico, o turismo é um fenômeno que afeta e é afetado por todas as escalas espaciais, desde a global até a local. Por conseguinte, apreender o turismo pelo viés da Geografia implica considerar as influências exógenas e endógenas. Chang et al. (1996 apud Milne, 1998, p. 38) reforçam nosso direcionamento metodológico, com a seguinte afirmação: “Tourism must be viewed as a transaction process incorporating the exogenous forces of global markets and

¹⁰³ O turismo é uma atividade que produz um espaço e valoriza uma determinada paisagem.

multinationals corporations as well as the endogenous powers of local residents and entrepreneurs.”

Numa perspectiva similar, Hall e Lew (1996) ressaltam a relevância das escalas global e local para a apreensão do turismo pelos geógrafos. Na visão dos autores, a questão teórica mais importante na geografia do turismo é a globalização, pois as comunidades locais estão cada vez menos isoladas das forças da economia global, e entender como essas forças atuam no desenvolvimento local é fundamental.

1.2.1. Turismo e paisagem

Uma das atividades mais intensamente ligadas à paisagem é o turismo, pois o principal elemento motivador para a implantação do turismo, bem como para o turista, é o conhecimento de novas paisagens, sejam elas consideradas “naturais” (praias, montanhas, florestas, rios, fauna, etc.) ou “humanizadas” (cidades, parques, construções históricas, monumentos). A partir de uma paisagem que seja potencialmente atrativa para o turismo, desencadeia-se um processo de turistificação, caracterizado por investimentos em infra-estrutura, em equipamentos e em serviços turísticos, necessários para atrair as pessoas. Com o crescimento da oferta de destinações turísticas pelo mundo, diversas paisagens são tecnicizadas e turistificadas, tornando-se mercadorias altamente lucrativas para os promotores do *trade* turístico.

Conseqüentemente, as paisagens de interesse ao turismo passam por um rápido processo de transformação, não somente material, mas também simbólico. Aquilo que até então tinha pouco valor passa a ser comercializado de forma voraz pelos empreendedores turísticos. O consumo material faz com que novos objetos técnicos sejam incorporados à paisagem, como prédios, restaurantes e redes de transportes. Por outro lado, o consumo simbólico das destinações turísticas (festas, danças, lendas) modifica a percepção de turistas e da população autóctone sobre a paisagem e o lugar.

Pires (1997, p. 161) afirma que, no turismo, “a paisagem deixa de ser considerada apenas como simples contorno estético para se tornar um recurso, com importância crescente em meio ao conjunto dos demais recursos naturais e culturais aproveitados pelo ser humano.”

A paisagem se apresenta como uma das principais mercadorias do turismo, consumida visualmente e concretamente pelo turista. Para Ouriques (2005, p. 49), a mercadoria-paisagem é socialmente produzida como a matéria-prima do turismo. O que o turismo faz, portanto, é promover a venda da natureza, das construções históricas, das manifestações folclóricas. Além da constatação de Ouriques, sobre a comercialização das paisagens naturais e sociais, entendemos que o turismo vai tecnicizar¹⁰⁴ essa

¹⁰⁴ Os termos *tecnicizar* e *tecnicização* são usados nessa tese como referência à inserção de objetos técnicos no espaço geográfico.

natureza, podendo até criar uma natureza artificializada, além de modificar manifestações culturais a partir dos interesses de seus promotores.

A. M. Rodrigues (1996) diz que os meios de comunicação de massa, em especial a TV, facilitam a circulação das “paisagens”, da natureza ou história sacralizada para ser observada e consumida. Becker (1996) ressalta a importância do papel da mídia e das estratégias de *marketing* no turismo, onde a paisagem é um dos principais elementos motivadores das viagens.

Luchiari (2001) considera que o turismo não é um fenômeno criado nos lugares ou nas paisagens. “Ele se estrutura na sociedade, que ao revalorizar as paisagens naturais, transforma-se em sua voraz consumidora.” (p. 18). Gallero (1996) entende que o turista até conhece a paisagem (restrita as formas visíveis), mas não conhece o lugar, isto é, a dimensão identitária da sociedade que vive em determinada paisagem ou território.

Assim, portanto, apesar de a paisagem ser um elemento motivador de diversas viagens, e de conter características da história, da cultura e do ambiente local, ela não revela a dinâmica social e cultural do lugar, que só pode ser conhecida por meio do contato direto com a população autóctone, ou seja, vivenciando o lugar.

1.2.2. Turismo e lugar

Além de o lugar corresponder à dimensão identitária dos indivíduos e das comunidades, este também corresponde ao espaço que é (re)produzido e comercializado com o turismo. Falcão (1996) entende que o turismo implica um lugar de consumo e o consumo do lugar. Assim, o turista consome tanto a paisagem quanto o lugar, apesar de geralmente ter um contato muito maior com a paisagem (aparência) do que com o lugar (essência).

Esse consumo do lugar poderia, no entanto, ser saudável, a partir do momento em que os turistas buscassem conhecer melhor o lugar e seus aspectos identitários. Geralmente, porém, o consumo por parte do turista não passa de um consumo fugaz. Além de o turismo utilizar e transformar os lugares, Santos (1996) mostra que os próprios lugares objetivam atrair turistas, ao afirmar que, com a guerra dos lugares, estes buscam atrair, além da produção, os consumidores.

Cruz (2002, p. 38) destaca a capacidade do turismo em transformar os lugares ao impor sua lógica de organização do espaço. “[...] o turismo mostra cotidianamente sua capacidade de transformar os lugares, revolucionando formas tradicionais de organização social, rearranjando infra-estruturas, inserindo nos lugares nexos que lhes são estranhos, impondo, enfim, sua lógica de organização sócio-espacial.”

Essa lógica de organização imposta pelo turismo desencadeia um problema comum em áreas que recebem turistas, referente à priorização de infra-estrutura e dos equipamentos (água e saneamento, energia elétrica, coleta de lixo, assistência médica,

estradas) nas proximidades das destinações (hotéis, *resorts*¹⁰⁵, complexos turísticos), em detrimento da população local. A infra-estrutura e os equipamentos para o turismo podem acabar beneficiando os residentes como um todo, porém a concentração dos investimentos em infra-estrutura nas áreas receptoras pode prejudicar (ou deixar de beneficiar) a população mais carente que vive na periferia, distante dessas áreas. Segundo Place (1996), os anseios dos turistas podem competir com os dos autóctones¹⁰⁶.

Numa perspectiva otimista, A. B. Rodrigues (2001) afirma que uma das maiores motivações do turismo internacional é a busca pelo lugar, na sua expressão identitária. Fica, porém, difícil concordar com a autora, de modo que nos posicionamos favoráveis à constatação de Carlos (1996), constatação na qual o turismo cria uma idéia de reconhecimento do lugar, mas não o seu conhecimento.

Carlos (1996) reflete sobre o conceito de não-lugar como contraposição ao lugar, e utiliza o turismo como exemplo da produção de não-lugares, onde não há identidade dos investidores externos e dos turistas com o contexto socioespacial local. “Ao vender-se o espaço, produz-se a *não-identidade* e, com isso, o *não-lugar*, pois longe de se criar uma identidade produz-se mercadorias para serem consumidas em todos os momentos da vida.” (p. 26).

O não-lugar não é a simples negação do lugar, mas uma outra coisa, produtos de relações outras; diferencia-se do lugar pelo seu processo de constituição, é nesse caso produto da indústria turística que com sua atividade produz simulacros ou constroem simulacros de lugares, através da não-identidade, mas não pára por aí, pois também se produzem *comportamentos e modos de apropriação* desses lugares. (CARLOS, 1996, p. 29).

A geógrafa indica os pacotes turísticos como um dos elementos responsáveis pela produção dos não-lugares, pois estes homogeneizam o comportamento, direcionam a escolha tratando o turista como mero consumidor, delimitam hora, lugar, o que deve ser visto, e o que não deve¹⁰⁷. Brunhs (1998) também acredita que o turista não possui vínculo com o lugar, e, ao visitá-lo, encontra-se no denominado não-lugar, ou seja, não há uma relação ou interação com o lugar visitado. Essa não-relação está ligada à afirmação do turista como diferente, e à sua percepção da destinação como um espaço direcionado única e exclusivamente ao consumo turístico.

¹⁰⁵ Os *resorts* são complexos turísticos que possuem toda infra-estrutura necessária para a recepção, a hospedagem e o entretenimento dos turistas. A Pousada do Rio Quente, em Caldas Novas – GO, e a Costa do Sauípe – BA, são exemplos de *resorts* no Brasil.

¹⁰⁶ The provision of tourist infrastructure may compete with the people's basic social needs for scarce public funds.” (PLACE, 1996, p. 108).

¹⁰⁷ “O pacote turístico ao controlar, delimitar o turista, acaba por ignorar a identidade do lugar, sua história, cultura, modo de vida banalizando-os, pois produz a não-relação, o não-conhecimento, o distanciamento dado pelo olhar orientado e vigiado que predetermina, preconcebe.” (CARLOS, 1996, p. 30).

Almeida (2004) aponta para a existência de uma forma de apropriação e de funcionalização dos espaços pelo turismo que nos permite falar do *lugar turístico* como uma invenção para e pelo turismo. O lugar turístico existe em função da prática do turismo que lhe dá uma existência, uma identidade própria e singular.

Mariani e Gonçalves (2004) vêem o lugar para além de suporte do turismo, sendo também uma base conceitual para a compreensão do fenômeno turístico. É nos lugares que se viabilizam as possibilidades do turismo, e esses lugares são denominados lugares turísticos. Concordamos com os autores em relação à relevância do conceito de lugar para a Geografia, pois a partir do lugar, como objeto de análise empírica, é possível estabelecer suas relações com outras escalas espaciais.

Acreditamos que o conceito de lugar turístico é válido para uma referência à espaços como parques temáticos, *resorts* e cidades turísticas, criados/transformados para receber turistas, que dependem economicamente do turismo, e possuem uma dinâmica socioespacial condicionada pelo fluxo de turistas. São sobretudo esses lugares turísticos aqueles que favorecem as relações pautadas no não-lugar, pois o alto fluxo de turistas justifica a criação de simulacros e de espaços padronizados e com uma identidade cultural global ou estereotipada. Já no caso de cidades e outros lugares onde o turismo é mais uma atividade econômica entre outras, não sendo a principal fonte de riqueza, preferimos nos remeter ao conceito de territórios turísticos.

1.2.3. Turismo e território

Como já colocado, o conceito de território é fundamental para apreender a produção e o consumo do espaço geográfico, pois se refere às relações de poder entre indivíduos, grupos sociais, instituições públicas e firmas privadas, que, por sua vez, se apresentam como principais atores no processo de transformação do espaço¹⁰⁸.

Além disso, o conceito de territorialidade tem forte ligação com o conceito de lugar, de modo que ambos refletem a dimensão cultural e identitária das populações com seu cotidiano, ou seja, o espaço vivido, chamado por Santos de *espaço banal*.

Ao discutir aspectos anteriores à efetivação do turismo, Luchiari (2001) argumenta que a implantação da infra-estrutura turística, como no caso dos *resorts*, rouba do lugar parcelas do seu território, para construir ali um conteúdo social estrangeiro. Este tipo de infra-estrutura turística não é acessível ao mercado interno, não melhora as condições de vida da população e não se comunica com o lugar. Na tentativa de minimizar os impactos

¹⁰⁸ Para que o turismo possa acontecer, os territórios vão se ajustando as necessidades trazidas por essa prática social. Novos objetos e novas ações; objetos antigos e novas ações: essa é a lógica da organização socioespacial promovida pela prática do turismo. (CRUZ, 2000, p. 21).

da infra-estrutura turística, Luchiari (2001) propõe uma subordinação do planejamento turístico a algo mais amplo, que seria o planejamento do lugar¹⁰⁹.

A resignificação do lugar, fortalecida pela organização da comunidade, é o ponto de partida para que tais comunidades possam reagir às forças do mercado. A gestão social do lugar trará, inclusive, a possibilidade de pensar a introdução da atividade turística como um processo de reterritorialização consentida, e não apenas como uma desterritorialização dos lugares. (LUCHIARI, 2002, p. 124)

A pesquisadora lança mão do conceito de *urbanização turística*, para referir-se a uma forma específica de urbanização, onde o turismo põe em diálogo o lugar com o mundo¹¹⁰. Os lugares onde ocorre a urbanização turística são valorizados e restritos às elites urbanas, que vão se apropriando e construindo novas territorialidades locais. “Estes lugares são estruturados por forças corporativas que imprimem ao território um valor mercantil, transformando o direito à cidade e à cidadania em uma guerra pelo poder de consumo.” (LUCHIARI, 2001, p. 24).

Luchiari (2002), também trabalha o conceito de territorialidade, pois entende que “a análise da territorialidade rompe com a dicotomia clássica entre o homem e o meio, pois, ao traçarem territorialidades, os homens conjugam as relações com a natureza e com as próprias relações sociais de poder.” (p. 116). “A territorialidade é, então, uma relação triangular na qual o território mediatiza as relações entre os homens e destes com a natureza.” (LUCHIARI, 2001, p. 21).

Luchiari (2001) aborda o conceito de territorialidade aplicado ao turismo, afirmando a existência de territorialidades do tempo-livre, pautadas por um forte conteúdo ideológico vendedor de paisagens idealizadas pela mídia. Esse tipo de territorialidade seria disponível para os turistas que podem usufruir aqueles territórios propagados pela mídia como os melhores para o turismo.

Acreditamos, no entanto, que as maiores mudanças no que tange à territorialidade ocorrem com a população residente das áreas receptoras dos turistas. A invasão proporcionada, primeiramente pelos construtores e empreendedores, responsáveis pela infra-estrutura e equipamentos turísticos, aumenta o valor do solo e faz com que vários moradores dessas áreas vendam seus terrenos e se mudem, ou mesmo sejam expulsos. Aqueles que têm condições de investir podem permanecer nessas áreas, porém a maioria, que apenas vive no local, acaba sendo atraída pelos preços pagos por seus imóveis, mudando-se para áreas menos valorizadas.

¹⁰⁹ Como o lugar está ligado à identidade e, conseqüentemente, ao cotidiano, concordamos com Luchiari, pois qualquer forma de planejamento deve ter como foco central os problemas e os anseios de sua população residente. Além disso, não cabe somente pensar o planejamento turístico, mas o planejamento dos lugares de forma integrada. Mesmo assim, o planejamento não é suficiente para garantir benefícios para a coletividade, sendo fundamental aplicá-lo, por meio de uma gestão adequada aos interesses coletivos.

¹¹⁰ A urbanização turística tende a produzir nos lugares cenários significativos do imaginário urbano moderno, e [...] proporcionam aos turistas a superação do estranhamento ao meio social e natural local,

Quando tudo está pronto para a recepção dos turistas, e quando estes começam a chegar, é iniciada a fase de maiores mudanças na territorialidade da população residente. A invasão dos turistas e seu comportamento de superioridade fazem dos habitantes meros coadjuvantes e serviçais (na visão dos turistas). Além do sentimento de perda, os residentes passam a questionar seus hábitos e sua cultura, e buscam incorporar o jeito de ser, falar e se vestir dos turistas, ao achar que seus hábitos são melhores e mais modernos, levando ao *efeito demonstração*¹¹¹.

Ao ater-se às implicações do turismo em Unidades de Conservação, Luchiari (2002) aponta para a expulsão de populações com territorialidades tradicionais, a partir do momento da incorporação dessas áreas pelo mercado, através de sua valorização paisagística e turística. “As territorialidades das populações tradicionais, que deveriam ser preservadas e valorizadas juntamente com seus ecossistemas naturais, estão sendo extintas.” (p. 118).

Knafou (2001) é outro geógrafo instigado a discutir a relação entre territorialidade e turismo, identificando dois tipos de territorialidades que se confrontam nos lugares turísticos: a territorialidade sedentária dos que aí vivem (população residente), e a territorialidade nômade dos que só passam (turistas), mas também buscam se apropriar dos territórios que freqüentam.

Acreditamos que o turismo é mais uma atividade que permeia diversos territórios já existentes. Assim como as outras técnicas, o turismo pode modificar territórios e territorialidades e criar novos territórios e territorialidades¹¹². Um território criado a partir do lazer e/ou do turismo poderia ser chamado de *território turístico*, e corresponderia ao espaço onde se efetivam as relações de poder entre os atores sociais envolvidos com o turismo. Quando determinado projeto, circuito ou empreendimento turístico se instala em um lugar, inicia-se um processo de territorialização turística desse lugar, criando um território turístico. Este pode estar espacializado em uma área física contígua, em pontos ou em redes, como ocorre com qualquer território.

O papel do Estado também é fundamental para a institucionalização e para a regulação do território turístico, através do incentivo à entrada de novos atores, e da criação de normas para o controle da atividade. Com o desenvolvimento do turismo apoiado pelo Estado, surgem novos atores sociais exógenos e/ou novas ações de atores já presentes em determinado lugar. Esses atores vivenciam relações de poder entre si, com a comunidade local, e com os gestores públicos, de modo que essas novas relações

mas implantam, muitas vezes, uma materialidade que não se comunica com o cotidiano do lugar. (LUCHIARI, 2001, p. 23).

¹¹¹ Swarbrooke (2000).

¹¹² Em nossa opinião, um evento pode criar um novo território, permeado por interesses e relações de poder. Nesse sentido, a implantação do Circuito Italiano de Turismo Rural de Colombo-PR, evento escolhido para a realização da pesquisa, levou à formação de um território turístico, que, conseqüentemente, remete a novas territorialidades, seja por parte dos empreendedores envolvidos, dos turistas ou da população local.

modificam territorialidades pré-existentes, em virtude da criação de um novo território, o território turístico.

Esse território do turismo se sobrepõe, contudo, a outros territórios, que podem ou não estar presentes em uma mesma unidade político-administrativa, ou no mesmo espaço físico. Como exemplos, temos os territórios do comércio, os das indústrias, os das atividades agropecuárias, os territórios das igrejas, do poder público, entre outros.

Entendemos que o processo de criação de um território turístico pode ser chamado de *territorialização turística*. Os territórios turísticos formam-se a partir do processo de territorialização turística¹¹³, que, por sua vez, é dependente do avanço das técnicas e da territorialização do capitalismo no regime de acumulação flexível. A territorialização turística consiste na existência de objetos e de ações em torno do lazer e do turismo em um lugar, englobando as intencionalidades – convergentes e divergentes – dos atores.

Cabe ressaltar que, na territorialização turística, as ações precedem os objetos, pois, como afirma Luchiari (2000, p. 123), “um novo sistema de objetos é introduzido nos lugares para adequar e dar familiaridade ao novo sistema de ações trazido pela demanda social do turismo.” Todavia, como afirma Santos (1996), a disposição dos objetos no lugar influencia as ações e a inserção de novos objetos.

Adotando uma perspectiva dicotômica, perspectiva questionável em nossa opinião, Rodrigues (2006) trabalha com a idéia de dois modelos de territorialização turística, sendo o hegemônico e o humanista. “Pensamos em dois modelos territoriais de turismo, que, em princípio, são excludentes por se basearem em lógicas não só distintas, como opostas. Ao primeiro atribuímos o título de *modelo economicista* e ao segundo, *proposta humanista*.” (p. 306).

Como exemplo representativo do modelo que chama de economicista, a autora cita os megaempreendimentos turísticos (resorts, parques temáticos, grandes hotéis, aeroportos), controlados pelos atores hegemônicos do capitalismo globalizado. Para justificar a existência do modelo que chama de humanista, Rodrigues se remete a experiências de turismo com base local, que, segundo ela, seriam pautadas na cooperação, em consensos e na busca de objetivos em comum. Como exemplos, cita um projeto de agroturismo no Espírito Santo, e o Circuito Italiano de Turismo Rural em Colombo (CITUR).

O principal aspecto que questionamos nessa diferenciação feita por Rodrigues (2006) reside no fato de dicotomizar o local como humanista e o global como mercantil. Além de o local ser amplamente influenciado pelas verticalidades, ou seja, por objetos e ações globais, o lugar carrega consigo diversas intencionalidades e relações de poder

No território turístico, predomina a racionalidade econômica vertical ditada pelo *trade* turístico, porém há um conjunto de objetos e ações, locais e extra-locais, que coexistem.

¹¹³ A territorialização turística pode também ser entendida como turistificação, desde que o conceito de turistificação incorpore, além da dimensão técnica e econômica, a dimensão política e social do turismo.

entre seus atores endógenos, e também acaba reproduzindo a racionalidade econômica hegemônica através dos imperativos de crescimento ilimitado e competitividade, propagado por consultores, planejadores, empresários e políticos. A afirmação, portanto, de que o turismo de base local é um turismo humanista, solidário, e diferente das modalidades convencionais de turismo, parece ser exagerada, sendo necessários estudos empíricos que indiquem sua existência e as peculiaridades deste modelo.

Também discordamos da afirmação de que o CITUR se constitui em um turismo humanista, pois, por mais que este tenha sido concebido com o intuito de beneficiar os agricultores familiares, sua gestão vem seguindo a lógica economicista/mercantil e a racionalidade hegemônica, como procuraremos mostrar adiante.

A territorialização turística é uma das faces da territorialização do capital e corresponderia à entrada de novos objetos técnicos em função do turismo, de novos atores sociais, das ações desses atores e suas intencionalidades, de atividades econômicas, usos do solo, dos recursos naturais, da idealização do rural, da cultura e da natureza. Esses novos elementos, apesar de terem forte influência das verticalidades, se inserem no lugar como horizontalidades, e modificam a dinâmica espacial local. Isso conduz a novas relações culturais, isto é, a novas territorialidades, seja para a população local (direta e indiretamente ligada ao turismo), para os empreendedores, e para os turistas (em menor proporção).

O processo de territorialização turística é relativamente homogêneo (criação/apropriação do produto turístico, entrada/atuação de verticalidades através dos atores do *trade* turístico, padronização de normas e predomínio da lógica economicista do turismo, retórica da sustentabilidade). Os territórios turísticos decorrentes dessa territorialização são, porém, heterogêneos, pois às territorialidades verticais combinam-se as territorialidades horizontais do lugar, de modo que tal coexistência faz com que cada território turístico possua suas particularidades.

Cabe ressaltar que o conceito de territorialização é mais amplo que o de territorialidade, pois a territorialização corresponde ao processo de formação de um território, que depende do conjunto de objetos e de ações de diversos atores, sejam firmas, órgãos públicos ou indivíduos. A territorialização é física e material, porém está vinculada a aspectos políticos e econômicos. Já a territorialidade seria direcionada à área de atuação/influência de indivíduos e grupos sociais, sendo eminentemente vinculada à esfera política, econômica e social. Em um mesmo território, coexistem diversas territorialidades dos atores envolvidos, e cada indivíduo também possui múltiplas territorialidades (Haesbaert, 2004). Tanto os territórios como as territorialidades são dinâmicos e se encontram em constante processo de transformação.

Com o intuito de explanarmos sobre o debate dessas novas modalidades de turismo, achamos pertinente resgatar a trajetória que leva à exacerbação do turismo

como prática possivelmente sustentável. Para tanto, abordaremos alguns aspectos condizentes ao turismo de massa, turismo alternativo e turismo sustentável.

1.3. Do turismo de massa ao turismo alternativo

Após explanarmos sobre as dimensões do turismo e seus impactos socioespaciais como aspectos que chamam a atenção dos geógrafos, consideramos pertinente abordar a dicotomia existente entre o criticado turismo de massa e o propagado turismo alternativo, sendo que este último, a partir da década de 1990, passou a ser chamado de turismo sustentável. Para tanto, buscamos resgatar algumas impressões sobre o turismo de massa, sobre o turismo alternativo e sobre o turismo sustentável, considerando também o debate sobre desenvolvimento sustentável.

1.3.1. Turismo de massa

Na literatura sobre turismo, é comum encontrar a expressão *turismo de massa*. O turismo assim denominado é, geralmente, caracterizado como turismo realizado em áreas receptoras com oferta para uma grande demanda de turistas, e considerado um turismo saturado, de baixa qualidade e de acesso às classes de menor poder aquisitivo. Outros autores, ao explanar sobre o turismo de massa, fazem-no para caracterizar a popularização do turismo pelo mundo, através de seu acesso para as classes trabalhadoras. Entendemos, todavia, que há uma diferença entre o turismo de massa, visto como um turismo degradador e condenável e o turismo de massa tido como fenômeno global e acessível à maioria da população mundial, que preferimos chamar de *turismo das massas*.

Quando se fala em turismo de massa, os autores buscam remeter-se a destinações turísticas em decadência, que recebiam turistas com alto poder aquisitivo, e passam a receber turistas de classes economicamente inferiores. Conseqüentemente, há uma queda na qualidade dos serviços, saturação de infra-estrutura e equipamentos turísticos, práticas sociais não desejadas, entre outros fatores que desencadeiam impactos negativos. O turismo de massa tem, portanto, um forte viés pejorativo, sendo visto como o turismo *ruim*. Para Benevides (1997), o turismo, principalmente o de massa, tende a ser um “devorador de paisagens”, degradador do meio ambiente e descaracterizador de culturas tradicionais.

Quando, no entanto, se fala em turismo de massa como um turismo das massas¹⁴, há uma referência positiva, pois argumenta-se que é o turismo que se globalizou, tornando-se um fenômeno mundial e disponível para as classes trabalhadoras dos países, que constituem as massas populacionais. Estas, após as conquistas trabalhistas

da segunda metade do século XX, passaram a ter condições de viajar e de, conseqüentemente, fazer turismo.

Apesar dessa diferença que queremos apontar, sabemos que tanto o turismo de massa como o turismo das massas ocorrem em destinos abandonados pelas elites e ocupados intensamente por turistas com pouco poder aquisitivo.

Ao definir turismo de massa, percebemos que Geiger (2001, p. 55) tende a considerar este como um turismo das massas, entendendo que o turismo de massa tem início após a Segunda Guerra Mundial, caracterizando-se pelo

[...] elevado número de pessoas, de quase todos os povos, viajando; pela quantidade de pessoas empregadas no setor e pelo movimento financeiro que envolve; pela abrangência geográfica do movimento, o turismo alcançando todos os lugares da Terra, e pelo envolvimento das administrações públicas no processo.

Outro autor que, ao discorrer sobre turismo de massa, parece querer falar de um turismo das massas é Nicolás. Mesmo afirmando que o turismo de massa cresce na Europa pós-guerra em função de interesses de empresas multinacionais, Nicolás (2001) vê essa popularização do turismo como uma das grandes vitórias sociais do século XX. Knafo (2001) também percebe o turismo de massa como um turismo das massas, pois vê no turismo de massa uma contraposição ao turismo elitista. Para Gallero (2001), a invasão de americanos e asiáticos na Europa é um exemplo de manifestação do turismo de massa.

Numa perspectiva distinta, Williams e Shaw (1998) vêem o turismo de massa do ponto de vista da massificação da oferta e das empresas de turismo, como uma forma de consumo de massa, consumo caracterizado pela padronização¹¹⁵ da produção e dos produtos, com controle nas mãos dos produtores ao invés dos consumidores, e com um número pequeno de produtores.

Algumas estatísticas são utilizadas para justificar o turismo como um fenômeno das massas, e, portanto, uma atividade realizada por grande parte da população mundial. Os números de pacotes vendidos, de entradas de turistas nos países, entre outros, indicam um alto fluxo de turistas. Tais estatísticas são, porém, relativas, pois uma mesma pessoa com poder aquisitivo pode realizar várias viagens de turismo em um ano, ao passo que as estatísticas entenderão que cada viagem foi realizada por uma pessoa diferente. Groppo (2006) argumenta que o turismo se expandiu numericamente, mas nunca foi “para todos”.

¹¹⁴ A utilização do termo *turismo das massas* não é comum, porém achamos importante diferenciá-lo de *turismo de massa*, pois percebemos que muitas vezes se fala em turismo de massa como se fosse um turismo das massas.

¹¹⁵ Nesse sentido, preferimos utilizar o termo *padronização* ao invés de *massificação*, por entendermos que a massificação diz respeito à popularização e saturação do turismo, enquanto a padronização vincula-se à homogeneização da oferta turística.

Quando se fala em milhões de pessoas de todo o mundo fazendo turismo, cabem, portanto, questionamentos, pois, mesmo com o aumento do número das viagens, estas tendem a estarem disponíveis para um número reduzido de pessoas, geralmente provenientes dos países centrais.

Ao refletir sobre a possibilidade de o turismo ser um fenômeno das massas, Wallerstein (2001 apud Ouriques, 2005, p. 42) critica a idéia de turismo como fenômeno das massas, apontando que “no máximo 5 a 10% da população mundial pode empreender de fato uma viagem turística.” Ouriques também questiona as afirmações positivas sobre o turismo de massa, entendendo que a idéia de massificação do turismo é relativa, pois não é uma atividade praticada pela maioria das pessoas; e que ser turista em potencial não significa fazer turismo.

Considerando essa diferença de abordagem em relação ao turismo de massa e turismo das massas, podemos afirmar que o turismo de massa corresponderia àquele turismo criticado e que deve ser combatido. Nesse sentido, o turismo de massa seria decorrente do turismo convencional, de modo que a principal modalidade de turismo considerada de massa é a “sol e praia”, em função da expansão e urbanização de balneários localizados em áreas litorâneas de todo o mundo¹¹⁶. Após alguns anos de utilização, os impactos ambientais e sociais ficaram evidentes nessas áreas, e a grande quantidade de construções e de turistas foi apontada como a causadora desses impactos, e, por conseguinte, do turismo de massa.

Os impactos do turismo passaram a ser considerados no meio acadêmico, a partir da década de 1970, período em que surgiram as primeiras perspectivas críticas do turismo em virtude da intensificação das conseqüências negativas do desenvolvimento do turismo “sol e praia”. (DAMASCENO, 1998). O autor procura apontar os principais impactos do turismo, sistematizados no quadro 2:

¹¹⁶ O crescimento exacerbado desses balneários ocorreu a partir da década de 1950 em países da Europa, sobretudo naqueles com acesso ao Mar Mediterrâneo.

ECONOMIA	<ul style="list-style-type: none"> - Os lucros não ficam no país. - Investimentos estatais geralmente tiram recursos de obras sociais para o turismo. - A maioria dos espaços turísticos não são destinados à população local. - Importação de mercadorias para turistas.
EMPREGO	<ul style="list-style-type: none"> - Empregos informais. - Falta de qualificação. - Estacionalidade / sazonalidade. - Baixa remuneração.
IMPACTOS SOCIOCULTURAIS	<ul style="list-style-type: none"> - Consumo dos turistas diferenciado dos nativos. - Estilo do turista não respeita nativos. - Com a massificação, a população residente é marginalizada. - Turistas degradam o ambiente e os atrativos.
IMPACTOS POLÍTICOS	<ul style="list-style-type: none"> - Alto grau de transnacionalização do turismo. - Invasão de estrangeiros.
IMPACTOS AMBIENTAIS	<ul style="list-style-type: none"> - Degradação dos ecossistemas e das paisagens com implantação da infra-estrutura e com a chegada dos turistas.

Quadro 2 – Impactos do turismo

Fonte: Damasceno (1998),
Org. CANDIOTTO, L. Z. P. (2006)

A partir de então, o turismo de massa passou a ser visto como o grande vilão do turismo, pois seria o responsável pela degradação ambiental, pela saturação de equipamentos e de pessoas nas destinações, e por conflitos entre população local e turistas. Como contraposição ao turismo de massa, o *trade* turístico percebeu que a segmentação do turismo poderia ampliar os mercados e as possibilidades de lucro dos empresários do setor, através da criação de novas modalidades de turismo, com menor concentração de turistas e consideradas menos impactantes. Tais modalidades, como o ecoturismo, turismo rural, turismo histórico e agroturismo, passaram a ser rotuladas como turismo alternativo.

1.3.2. Turismo alternativo

Um primeiro aspecto no que tange ao conceito de turismo alternativo está em seu caráter de contraposição ao turismo de massa (KNAFOU, 2001). Ao invés de um turismo que busca atrair o máximo de demanda, sem preocupação com a qualidade da oferta e com a satisfação do turista, o turismo alternativo busca atuar em uma escala pequena, com participação da população local, e gerar poucos impactos ambientais. A ênfase no desenvolvimento local, o atendimento personalizado e o pequeno número de turistas também caracterizam o turismo alternativo. (RODRIGUES, 2001).

Silveira (2001) é outro autor a ressaltar a escala local como a de atuação do turismo alternativo, e que modalidades como o turismo rural, o cultural, o de aventura e o ecoturismo são apresentadas como diferenciadas do produto turístico convencional, e vistas como opção para o desenvolvimento econômico de regiões e localidades. Para

Baidal (2000), as crescentes críticas ao turismo massivo desembocaram na enunciação de turismos diferentes, alternativos, nos quais se inclui o turismo rural.

A Organização Mundial do Turismo (1994) inclui os rótulos de turismo alternativo, responsável, apropriado e sustentável ao que denomina *turismo de interesse especial*. Este tem como base a pequena escala, e tipos de desenvolvimento não convencionais. Mesmo considerando a existência de formas de turismo não convencionais, sabemos que a OMT entende o turismo como negócio, não atribuindo muita atenção ao *turismo de interesse especial*. Entendemos, portanto, que essa incorporação pela OMT de formas mais brandas de turismo não deixa de ter como finalidade a acumulação de capital¹¹⁷.

Apesar de ser teoricamente diferente do turismo convencional/de massa¹¹⁸, alguns autores levantam as limitações da operacionalização do turismo alternativo, pois não resta dúvida de que o turismo depende da acumulação de capital e, mesmo sendo realizado na escala local, com baixo número de visitantes e com participação da comunidade, mantém-se dependente da lógica capitalista.

De Kadt (1992 apud Milne, 1998) entende que não se pode distinguir turismo alternativo como aquele mais preocupado com questões sociais e ambientais, do turismo em geral, pois em ambos haverá impactos negativos. Com base em Lefebvre, Ouriques (2005) formula sua crítica ao turismo alternativo, ao ponderar que todos os espaços turísticos, inclusive aqueles onde têm destaque elementos ambientais, são espaços de consumo, pois o turismo, seja ele convencional ou alternativo, implica o consumo de lugares.

Williams e Shaw (1998) não acreditam na substituição do turismo convencional/de massa pelo turismo alternativo, nem nas novas formas de turismo como necessariamente condutoras da redução da degradação ambiental na atividade turística.

Mesmo com as críticas, a defesa do turismo alternativo como diferenciado e benéfico para o meio ambiente e as comunidades autóctones, ganha força em virtude do debate sobre desenvolvimento local e desenvolvimento sustentável. Todavia, a abrangência do turismo alternativo é limitada, tanto no que tange à oferta quanto à demanda, pois a maioria dos territórios turísticos oferece experiências convencionais e uma estrutura padronizada pelo *trade*, enquanto os turistas, influenciados pelos pacotes das agências, costumam passar suas férias em lugares famosos e que oferecem segurança e conforto.

Sabendo das limitações de expansão do turismo alternativo, Benevides (1997) entende este como uma resistência ideológica ao turismo convencional, e tem no

¹¹⁷ Conforme afirma Deprest apud Luchiari (2000, p. 114), “as formas alternativas não são mais que diversificações mercadológicas para garantir um amplo leque de consumidores.”

¹¹⁸ O turismo convencional corresponderia ao turismo organizado e gerenciado pelo *trade*, que visa primordialmente o lucro, e tem poucas preocupações em relação aos impactos socioambientais. Conseqüentemente, há uma tendência de transformação desse turismo convencional em um turismo de

ecoturismo e no turismo rural as modalidades mais aptas ao desafio de efetivação de um turismo alternativo. “São justamente os lugares com posição de marginalidade, em face da centralidade da globalização, que apresentam as características mais adequadas de hospedeiros das modalidades de turismo mais alternativo.” (p. 34). O autor (1997) evidencia três tipos de território favoráveis ao desenvolvimento do turismo alternativo:

- os habitados por comunidades tradicionais, embora não mais primitivas e não auto-suficientes, portanto mantendo algum intercâmbio com a sociedade inclusiva;
- os que configuram testemunhos históricos, de um passado faustoso e tradicional, baseado numa estrutura socioeconômica com alguma complexidade técnica, embora não plenamente capitalista;
- aqueles em que foi possível uma preservação “natural”, anterior à relevância social da questão ecológica, e deste modo mantendo maiores porções de “primeira natureza” em seu meio geográfico.

Benevides (1997) ressalta que o aprofundamento de algumas questões (sobre o que especifica o turismo alternativo como contraposição ao modelo hegemônico “sol e praia” e sobre as delimitações do papel do turismo no desenvolvimento local) poderia avançar na delimitação do papel das modalidades de turismo alternativo. Desta forma, o turismo alternativo é algo que tem que ser construído, e não algo dado ou de fácil execução por algumas modalidades de turismo.

1.3.3. Desenvolvimento local

A partir do debate sobre o turismo alternativo como um tipo de turismo de menor escala (local), como menos degradador do meio ambiente e como mais justo no que tange à distribuição dos benefícios para a população residente, amplia-se a preocupação em viabilizar experiências de turismo que possam contribuir para o desenvolvimento local.

Existem pesquisadores, como Benevides (1997), A. B. Rodrigues (1997), Souza (1997a), entre outros, que procuraram discutir o turismo alternativo como possível vetor de desenvolvimento local. Para Benevides (1997, p. 25),

[...] as propostas de desenvolvimento local “alavancável” por meio do turismo alternativo buscariam equalizar cinco objetivos de difícil compatibilização: preservação/conservação ambiental; identidade cultural; geração de ocupações produtivas e de renda; desenvolvimento participativo e qualidade de vida.

Essa citação demonstra a complexidade do desenvolvimento local e as dificuldades de efetivação do turismo alternativo frente os objetivos apontados. Ademais, Benevides

massa, pois, ao surgirem os impactos, ocorre uma degradação das áreas receptoras, que são abandonadas pela elite e passam a ser ocupadas por classes sociais com menor poder aquisitivo.

(2002, p. 107) acredita que “o conceito de desenvolvimento local integrado e sustentável parece carecer de sustentabilidade teórica e operacional.”

Mariani e Gonçalves (2004) mostram que o desenvolvimento local a partir do contexto europeu tem como premissas a pequena escala territorial e o atendimento das demandas sociais locais. Tal concepção de desenvolvimento foi adotada a partir da década de 1990, através da criação e institucionalização de programas para comunidades com economias frágeis ou deprimidas¹¹⁹. Ainda com base no contexto europeu, a geógrafa portuguesa Carmina Cavaco (1996, p. 98) entende que o desenvolvimento local se assenta

[...] na revitalização e diversificação da economia, capaz de fixar e atrair população, de ocupar a população potencialmente ativa, com êxito econômico, profissional e social, de valorizar produções, de renovar as habitações e as aldeias, de assegurar melhores condições de vida, em particular aos idosos.

Nesse sentido, para haver desenvolvimento local, o crescimento econômico deveria ser incentivado, porém com a finalidade de gerar benefícios direcionados à qualidade de vida de uma coletividade, através da diversificação das atividades econômicas aproveitando os recursos locais, e da melhor distribuição da riqueza. Além do viés economicista, o próprio conceito alerta, contudo, para a necessidade de mudanças comportamentais na sociedade em direção a ações mais solidárias, fato mais problemático para a efetivação do desenvolvimento local se considerarmos a lógica de individualidade, de competitividade e de ganância predominante nos dias atuais.

Além das dificuldades frente à necessidade de mudanças comportamentais, acreditamos que o desenvolvimento local está intimamente ligado e dependente da lógica do desenvolvimento do capitalismo global. Mesmo com uma comunidade local organizada, traçando objetivos em comum e trabalhando conjuntamente para atingir tais objetivos, existem limitações frente à idéia de desenvolvimento local, pois todos os lugares estão condicionados a normas macroeconômicas globais, subordinados às normas nacionais e regionais traduzidas em leis e políticas públicas, e estabelecem negociações e relações de cunho econômico, político, cultural e ambiental com outras escalas espaciais.

Rodrigues (2002) aponta que o desenvolvimento local surge em organismos supranacionais (Programa LEADER e PRODER da União Europeia), ou na esfera nacional (PNMT). Não obstante, assevera que tais programas de incentivo ao desenvolvimento local têm forte influência de instituições internacionais como o BID

¹¹⁹ Em 1995, o Comitê Econômico e Social das Comunidades Europeias definiu *desenvolvimento local* como um processo econômico e “[...] dinamizador da sociedade local, mediante o aproveitamento eficiente dos recursos endógenos existentes em uma determinada zona, capaz de estimular e diversificar seu crescimento econômico, criar empregos e melhorar a qualidade de vida da comunidade local, sendo o resultado de um compromisso que compreende o espaço como lugar de solidariedade ativa, o que implica mudanças de atitudes e comportamentos de grupos e de indivíduos.” (MARIANI e GONÇALVES, 2004, p. 8).

(Banco Interamericano de Desenvolvimento), OMT (Organização Mundial do Turismo), OMC (Organização Mundial do Comércio), FMI (Fundo Monetário Internacional) e Banco Mundial. Nesse sentido, a concepção ideológica de desenvolvimento local não nasce no lugar, mas no global, permeando o supranacional, nacional, e outras escalas até a local.

Rodrigues (2002) apresenta algumas questões pertinentes para serem apreendidas pelos pesquisadores: o desenvolvimento local não seria uma estratégia do grande capital, e uma forma de o Estado neoliberal se isentar de suas responsabilidades? As comunidades estariam aptas a assumir sua parcela de responsabilidade no desenvolvimento?

Partindo de tais questões, a autora fala do uso da “idéia de fortalecimento dos poderes locais em sintonia com os interesses das comunidades” presente nas políticas neoliberais de privatizações e de descentralização administrativa, e aponta para um “cenário que nos conduz a acreditar que tudo não passa de um bem articulado plano do grande capital no sentido de desmonte do aparelho do Estado-nação, com o intuito de abrir caminhos para o livre fluxo de capitais, processo em que o capital financeiro reina absoluto.” (p. 16). Rodrigues (2002) também aponta que o Estado não passa de um angariador de “recursos tributários a fim de preparar os territórios na montagem das infra-estruturas necessárias para a implantação dos grandes projetos das firmas transnacionais.” (p. 16). Apesar das considerações acima, Rodrigues acredita que, com planejamento e gestão adequados, o turismo de base local pode contribuir para o desenvolvimento endógeno e, conseqüentemente, para o desenvolvimento sustentável.

Para Lipietz (1987 apud Benevides, 2002, p. 103), a partir do pressuposto de que as “pequenas escalas criariam formas mais horizontalmente solidárias de sociabilidade e de relações de poder [...] a escala reduzida passa ser sinônimo de espaço para gestão democrática e desenvolvimento econômico distributivista.” O autor alerta, no entanto, para o fato de que “[...] esquece-se com isso que, em muitos casos, essa equalização não pode ocorrer, por conta de muitas dessas comunidades estarem organizadas pela hegemonia de relações bem discricionárias de poder e de dominação.”

Mesmo compreendendo e concordando com a importância da ação local para novas formas de desenvolvimento – onde a participação da sociedade e a descentralização do poder são fundamentais – é preciso considerar as relações internas de poder e a influência de determinações macroestruturais (globais, nacionais e estaduais) no processo de desenvolvimento local.

Além disso, a retórica do desenvolvimento local, assim como a do desenvolvimento sustentável, e, mais recentemente, do desenvolvimento territorial – apesar de apresentarem pressupostos interessantes – vem sendo apropriada por governos nacionais, por sua vez subordinados aos atores hegemônicos do capital (firmas/corporações transnacionais), para justificar o atual e inovador ciclo de expansão

do capitalismo, pautado no regime de acumulação flexível (material e simbólica), no capitalismo financeiro, no mercado global e na ideologia neoliberal.

Assim, apesar de, no devir, o desenvolvimento local se apresentar como proposta onde as horizontalidades e a razão local podem predominar na produção do espaço, abrindo caminho para as contra-racionalidades, existe uma heterogeneidade de interpretações e concepções de desenvolvimento local, e esse uso indiscriminado do termo permite aos atores hegemônicos justificar todas as suas ações com o rótulo de promotoras do desenvolvimento local. Geralmente ainda se associa desenvolvimento com crescimento econômico, de modo que a geração de emprego e renda são os indicadores mais usados na retórica do desenvolvimento.

1.3.4. Turismo de base local

Em função da ênfase do turismo como possível vetor de desenvolvimento local, muitos autores preferem chamar o turismo alternativo de turismo local ou turismo de base local. No Brasil, a expressão popularizou-se em virtude da realização dos ENTBLs (Encontros Nacionais de Turismo de Base Local)¹²⁰.

Benevides (2002, p. 108) considera que “o turismo local pode criar maiores possibilidades de relativa autonomia local, ampliando os espaços para uma economia solidária de setores populares.” O autor chama de alternativas de turismo aquelas cuja “[...] base local é definida pela estrutura de pequena propriedade e das relações de trabalho familiar, ambas autóctones; pelas unidades produtivas de mínima escala; e pelo irrisório impacto dos meios de hospedagem construídos a base de insumos locais”. O turismo rural e ecológico seriam aqueles que poderiam conduzir a tais alternativas.

Campanhola e Silva (2000) acreditam que o turismo no meio rural, em sua essência, coaduna-se perfeitamente com os princípios do desenvolvimento local, constituindo uma alternativa complementar à agricultura na geração de renda e emprego para a população rural¹²¹.

Para Benevides (1997), o turismo como alternativa para o desenvolvimento local configura uma contraposição ideológica à globalização, pois atribui maior poder de decisão e de ação para as comunidades locais. O autor não afirma, porém, a existência empírica desse turismo, a não ser como ideologia.

Silveira (2001) tece críticas sobre retórica do desenvolvimento turístico no nível local, indicando as seguintes implicações deste: amplia o papel do mercado e reduz o do

¹²⁰ Os Encontros Nacionais de Turismo de Base Local são eventos anuais, realizados desde 1997, com o intuito de reunir pesquisadores de várias áreas do conhecimento, para troca de impressões e experiências de turismo local no Brasil, e para a evolução do debate teórico-conceitual.

¹²¹ “O turismo pode constituir um dos vetores do desenvolvimento local, desde que haja controle, por atores sociais locais, das atividades por ele desencadeadas, permitindo assim que as comunidades locais se apropriem dos benefícios gerados.” (p. 151).

Estado na promoção do desenvolvimento; não beneficia as economias locais e regionais, mas a economia global; os recursos disponíveis não geram desenvolvimento social.

Além das limitações do desenvolvimento local, existem limitações sobre a participação da população local no processo de planejamento e gestão do turismo. Segundo Souza (1997a), quando se fala em população local, parece haver uma homogeneidade de elementos, porém a população local não é homogênea, de modo que alguns atores locais (empreendedores imobiliários, agenciadores, etc.), acabam tirando vantagem do turismo. Além disso, a população mais simples é aquela que mais sente os impactos negativos do turismo.

Souza (1997a) destaca a importância do resgate da autonomia das comunidades e das populações locais para a efetivação de um desenvolvimento mais amplo que o econômico, denominado desenvolvimento socioespacial¹²². Em sua visão, o desenvolvimento econômico deve ser um meio e não um fim, e o turismo pode contribuir para o desenvolvimento socioespacial a partir do momento em que promover a geração de benefícios para as comunidades, a redução das desigualdades sociais e a efetivação da participação popular no planejamento e na gestão da atividade. Todavia, Souza apresenta uma visão realista ao afirmar que, na atual estrutura, dificilmente os anseios e necessidades da maioria da população irão prevalecer frente aos que concentram o poder.

Almeida (2004) também relativiza a ênfase no turismo como vetor de desenvolvimento local¹²³. Outros autores, como Brohman (1996), Place (1998) e Swarbrooke (2000), apontam para a heterogeneidade e a complexidade das comunidades, sendo necessário identificar as relações de poder e os tomadores de decisão dentro da comunidade. Para Brohman (1996 apud Milne, 1998), existe toda uma estrutura socioeconômica, política e ambiental que influencia essas comunidades. “Os defensores da participação comunitária no processo de desenvolvimento do turismo ignoram a tendência das elites locais em apropriar-se dos órgãos de participação para seus próprios benefícios.” (p. 41).

Além das relações de poder dentro das comunidades locais, Place (1998) destaca que a maior parte dos lucros do turismo não fica no local, em função da entrada de

¹²² Para Souza (1997b), “o desenvolvimento socioespacial é um processo de superação de problemas e conquista de condições (culturais, técnico-tecnológicas, político-institucionais, espaço-territoriais) propiciadoras de maior felicidade individual e coletiva” (p. 19), onde a autonomia política é vista como uma das premissas básicas para o desenvolvimento. O geógrafo ainda coloca que o desenvolvimento deveria ser um movimento no qual uma sociedade torna-se mais justa e aceitável para seus membros.

¹²³ “[...] as possibilidades de que o turismo promova um efetivo desenvolvimento local ou regional devem ser consideradas dentro de um universo real e analisadas criteriosamente em suas origens, posto que os principais divulgadores do desenvolvimento associado à prática do turismo são os atores hegemônicos diretamente beneficiados com o desenvolvimento turístico dos lugares.” (ALMEIDA, 2004, p. 5).

empreendedores externos na atividade, de modo que o turismo desencadeia mais problemas que benefícios para os residentes¹²⁴.

Swarbrooke (2000) também problematiza o envolvimento da comunidade local no turismo, ao afirmar que:

- as comunidades raramente falam em uma só voz, de modo que existem grupos de interesse e pontos de vista de difícil consenso;
- os mecanismos de participação usados oferecem chance para uma minoria de porta-vozes indicados pela comunidade;
- os profissionais (planejadores e gestores) podem subvalorizar ou até ignorar os pontos de vista locais que sejam contrários aos seus;
- os conflitos que o debate causa podem ser sérios e continuarem mesmo após o debate.

Considerando esses aspectos, podemos afirmar que, dentro de uma comunidade, existem diversos interesses e apropriações das representações populares. Mesmo os profissionais envolvidos com o turismo, que podem ser do local ou de fora, acabam agindo segundo interesses individuais ou de quem representam. Outro aspecto preponderante está na falta de interesse da população em participar das discussões e em direcionar esforços individuais para atingir objetivos coletivos.

Esses argumentos apresentados mostram como não basta apenas participação comunitária e vontade política local para efetivar um turismo de base local que contribua para o desenvolvimento local, pois, dentro de uma comunidade que parece ser homogênea, há uma heterogeneidade de interesses, e, em qualquer lugar, haverá influências de outras escalas geográficas mais amplas, como procuramos argumentar na fundamentação teórica.

Refletindo a partir de diversas experiências empíricas encontradas na bibliografia sobre turismo e desenvolvimento local, não podemos afirmar que o turismo, simplesmente por ser desenvolvido na escala local, vem conduzindo a um desenvolvimento com participação efetiva da sociedade local e com distribuição de benefícios para a coletividade. A concentração de riqueza também se dá no turismo na escala local, como, por exemplo, com os empreendedores com maior aptidão para negócios e com melhores contatos, que costumam ser os maiores beneficiários do desenvolvimento do turismo. Não obstante, apreender relações políticas e buscar equilibrá-las de forma democrática e coesa seria crucial. Porém, para tanto, é preciso

¹²⁴ Analisando os impactos do turismo nas comunidades locais, o autor coloca: “Os habitantes locais perdem a base para agricultura, pecuária ou mineração, mas também os subsídios da natureza dos quais dependem, como materiais para construção, alimentos e remédios naturais, direito ao uso dos rios para pesca, nado e outras atividades de lazer, além dos impactos de congestionamento e poluição gerado pelos turistas.” (PLACE, 1998, p. 107, tradução nossa)

politização da sociedade e diálogo entre esta na busca do atendimento às necessidades e objetivos comuns.

Entendemos que a exacerbação do turismo na escala local sem considerar a influência de outras escalas geográficas no lugar é insuficiente para apreender as relações espaciais que envolvem a relação entre turismo e desenvolvimento.

De modo geral, acreditamos que essas denominações de turismo que se contrapõem ao turismo convencional/de massa, como o turismo alternativo, inclusivo ou de base local, têm um forte viés nos pressupostos do desenvolvimento sustentável, conceito institucionalizado no final da década de 1980, e popularizado na década de 1990. Nesse sentido, sentimos a necessidade de fazer um breve relato sobre o ideário do desenvolvimento sustentável, que fundamenta toda a discussão em torno do conceito de turismo sustentável, em voga na atualidade.

1.4. Ambientalismo e desenvolvimento sustentável

O Ecoturismo e o Turismo Rural são as modalidades turísticas consideradas mais próximas da idéia de um turismo alternativo/sustentável, que, além de gerar renda, utiliza os elementos da natureza e da cultura local numa perspectiva conservacionista. Entendemos que essa proposta de um turismo menos impactante, em contraposição ao turismo de massa/convencional, surge a partir do movimento ambientalista, que contribuiu para o questionamento do modelo de desenvolvimento pautado na lógica do crescimento econômico ilimitado.

Leis (1999, p. 206) afirma que:

[...] talvez uma das piores heranças que o século XX recebeu do passado, foi a noção de que o progresso humano baseia-se na superação de todo e qualquer obstáculo, através da força do trabalho e da tecnologia, o que sempre supõe uma liberdade conquistada a custo da degradação do meio ambiente.

As idéias vinculadas ao ambientalismo surgem e se expandem a partir de preocupações estéticas do século XIX, tendo como marco a criação dos parques de Yellowstone (1872) e Yosemite (1880), nos EUA. Após a primeira metade do século XX, o ambientalismo ganha força com o apoio de cientistas. No final dos anos 1960, surge a idéia de crescimento zero, ou seja, de estabilizar o crescimento da população e da economia. Porém, os países do Sul viram essa proposta como prejudicial, pois havia uma ênfase grande aos limites naturais do crescimento, enquanto os maiores problemas, que estariam nas condições sociais e políticas dos países em desenvolvimento ficaram em segundo plano.

Entre o final dos anos 1960 e início da década de 1970, começaram a surgir publicações alertando para as conseqüências ambientais do ritmo acelerado da produção

de mercadorias e da exploração dos recursos naturais¹²⁵. Destacam-se, nesse contexto, o Relatório Meadows, produzido em 1972 pelo Clube de Roma, denominado “Os Limites do Crescimento”, que alertava para o caráter finito dos recursos naturais e os riscos que os diferentes tipos de poluições colocavam para a sobrevivência do planeta e da humanidade (GONÇALVES, 1992); e a teoria do “ecodesenvolvimento” de Ignacy Sachs, também do início da década de 1970, clamando por novos direcionamentos em relação à própria concepção de desenvolvimento.

O ecodesenvolvimento¹²⁶ de Sachs tinha como principais aspectos: satisfação das necessidades básicas; solidariedade com as futuras gerações; participação da população envolvida; preservação dos recursos naturais e do meio ambiente; elaboração de um sistema social que garanta emprego, segurança e respeito com outras culturas; programas de educação.

Assim, “os requisitos do ecodesenvolvimento – garantia à alimentação e à satisfação das necessidades básicas e de educação – impõem o requisito de justiça social ao desenvolvimento sustentável”, fato que conduz ao questionamento do modelo de desenvolvimento urbano-industrial. (MOREIRA, 1999, p. 246). No campo das relações internacionais, o ecodesenvolvimento criticou o caráter das relações Norte-Sul e, no campo econômico e cultural, criticou o progresso gerado pela modernização industrial. (LEIS, 1999).

Para Leff (2001), as estratégias do ecodesenvolvimento de Sachs apontaram para a necessidade de fundar novos modos de produção e estilos de vida nas condições de *potencialidade ecológica* de cada região, porém houve uma grande resistência a mudanças de ordem econômica. É nesse sentido que se insere a perspectiva do desenvolvimento sustentável.

Moreira (1999) alerta para o fato de que o desenvolvimento sustentável “oficial”, proposto pela ONU, não se adequa aos princípios de prudência ecológica e justiça social propagados pela teoria do ecodesenvolvimento. Mantendo o modelo de desenvolvimento vigente, “a equidade social dificilmente será alcançada e a justiça será relativa aos interesses hegemônicos.” (p. 246).

Apesar das distorções frente à teoria do ecodesenvolvimento, o acirramento do debate sobre a questão ambiental chega até a ONU (Organização das Nações Unidas), que o inclui na sua agenda política a partir da realização da primeira Conferência Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, realizada na cidade de Estocolmo em 1972. Leis (1999) aponta que o resultado mais importante de Estocolmo foi a legitimação

¹²⁵ Na obra de Carneiro (2003), intitulada “A História do Ambientalismo no Brasil”, há um detalhamento das principais publicações da época nesta temática.

¹²⁶ Segundo Moreira (1999, p. 245), “O conceito de ecodesenvolvimento referia-se inicialmente às regiões rurais da África, Ásia e América Latina, ganhando dimensões de crítica às relações globais entre subdesenvolvidos e superdesenvolvidos, bem como de crítica à modernização industrial como método de desenvolvimento das regiões periféricas, propondo para estas regiões, um desenvolvimento autônomo.”

política mundial da questão ambiental, e o início de uma aproximação entre as discussões sobre desenvolvimento e meio ambiente.

Após a conferência, iniciou-se a criação de órgãos administrativos para a questão ambiental em vários países. Esse rápido interesse pela criação de instituições ambientais governamentais, se deu, porém, principalmente pelas possibilidades de angariar recursos destinados à proteção ambiental¹²⁷.

No início da década de 1980, a idéia do desenvolvimento sustentável começa a ser publicizada através da publicação, pela União Internacional de Conservação da Natureza (UICN)¹²⁸, da Estratégia de Conservação Mundial (WCS), em 1980. Tal estratégia foi preparada por instituições como a UICN (União Internacional para a Conservação da Natureza), a UNEP (Programa de Educação Ambiental das Nações Unidas), a WWF (World Wildlife Fundation), a FAO (Food and Agriculture Organization) e a UNESCO (Organização Educacional, Científica e Cultural das Nações Unidas), com a participação de mais de cem países (HALL e LEW, 1998). Em virtude da ênfase na questão da conservação da biodiversidade de espécies e ecossistemas, os objetivos definidos na WCS denotaram o viés utilitarista e produtivista em relação ao meio ambiente, visto em primeiro lugar como recurso a ser explorado.

Em 1983, a assembléia geral da ONU criou uma comissão para buscar harmonizar as questões de meio ambiente e desenvolvimento. Assim, a Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento da ONU elaborou, em 1987, o relatório Brundtland, conhecido como *Nosso Futuro Comum*. Nele, surgiu o conceito de desenvolvimento sustentável, que seria aquele que “atende as necessidades do presente sem comprometer as possibilidades das gerações futuras atenderem suas próprias necessidades” (PNUMA, 1988, p. 09). O conceito de desenvolvimento sustentável mostrase, portanto, vago.

Na visão de Moreira (1999, p. 246), com o Relatório Brundtland houve uma apropriação dos pressupostos do ecodesenvolvimento de Sachs, seguido de modificações na sua teoria, de modo que o “tom diplomático” do Relatório Brundtland minimiza a crítica à sociedade industrial e aos países industrializados, “opondo-se à tese de desenvolvimento autônomo dos países periféricos [...] O Relatório não questiona a distribuição e propriedade dos ativos que conformam nossas sociedades capitalistas”, e que “são a base da concentração de rendas e da diferenciação de estilos de vida.” Além disso, sugere medidas para os governos nacionais e instituições internacionais, evitando o tratamento destas questões no interior de cada território nacional.

¹²⁷ Como aponta Gonçalves (1992), a partir de Estocolmo 1972, o governo brasileiro criou uma Secretaria Especial de Meio Ambiente em 1973 para se adaptar às novas regras da ONU, e, sobretudo, para se credenciar à obtenção de recursos financeiros internacionais.

¹²⁸ Em 1948, a UICN foi fundada sob a premissa de que tanto a natureza quanto seus recursos deveriam ser protegidos para o benefício das gerações atuais e futuras.

Concordamos com Moreira, pois a posição da ONU com o desenvolvimento sustentável foi de readequação dos pressupostos do ecodesenvolvimento, ao ponto de não estabelecer uma crítica ao modo de produção capitalista e à lógica econômica de acumulação crescente, bem como ao desenvolvimento concentrado nos países centrais.

Após a publicação do Relatório Brundtland, a segunda Conferência Mundial para discussão sobre desenvolvimento e meio ambiente, realizada em 1992 na cidade do Rio de Janeiro, constituiu-se no evento responsável pela institucionalização e pela afirmação mundial do desenvolvimento sustentável. Segundo Leff (2001), apesar da construção da Agenda 21, a Rio-92 não estabeleceu compromissos nem políticos nem éticos para as partes envolvidas, porém a participação de ONGs e de grupos religiosos cresceu.

A Rio-92 gerou uma grande expectativa de implementação das ações definidas como prioritárias para minimizar a degradação ambiental global, bem como para alavancar o desenvolvimento sustentável, com base na Agenda 21. Ocorre, no entanto, que as diretrizes do documento não se transformaram em ações efetivas, e dez anos após a Rio-92, a conferência Rio+10, realizada em Joanesburgo, na África do Sul, mostrou que houve um retrocesso no que se refere à implementação de ações na busca do desenvolvimento sustentável¹²⁹.

Butler (1996) entende que a sustentabilidade só será alcançada quando atingir a escala global, e que a viabilidade do desenvolvimento sustentável só poderá ser julgada após um longo período de operação da ação que se diz sustentável. O autor também alerta para o fato de não conhecermos as preferências das gerações atuais, e muito menos das necessidades das gerações futuras. Moreira (1999) reforça esse argumento, ao afirmar que os interesses das gerações futuras não têm como se fazerem representar nos atores sociais do presente.

A partir da década de 1980, o conceito de desenvolvimento sustentável também foi adotado pelas empresas. Fundamentado em ideais neoliberais, o setor empresarial tentou passar a imagem de que o mercado seria o carro chefe para o desenvolvimento sustentável (LEIS, 1999). Isso contribuiu para a popularização do termo *desenvolvimento sustentável* em todo o planeta, porém banalizou os princípios da sustentabilidade, pois as ações das empresas normalmente objetivam lucro, sobretudo nas novas perspectivas para o mercado vinculadas ao meio ambiente, como nas áreas de biotecnologia, turismo, artesanato, entre outras. Ademais, acreditamos que as ações empresariais relacionadas à sustentabilidade estão muito mais ligadas ao *marketing* ecológico¹³⁰ do que a ações efetivas de busca da sustentabilidade. As medidas de controle e gestão ambiental nas

¹²⁹ Um dos fatos mais marcantes desse retrocesso mundial foi a incoerência e o descaso dos EUA frente às questões ambientais, como, por exemplo, através da negação do protocolo de Kyoto (que propunha a redução da emissão de CO₂), e do não-cumprimento das diretrizes da convenção da biodiversidade.

¹³⁰ É comum encontrar propagandas de empresas que afirmam ser sustentáveis e/ou ecologicamente corretas com o intuito de ganhar a credibilidade dos consumidores e aumentar suas vendas e seu lucro.

empresas restringem-se àquelas exigidas por lei, sendo meramente voltadas à minimização dos impactos ambientais causados pelas atividades produtivas.

Swarbrooke (2000) é um autor que acredita na viabilidade do desenvolvimento sustentável dentro da estrutura econômica vigente, não questionando os interesses imediatistas dos grupos econômicos e a lógica de acumulação constante e ilimitada destes em detrimento dos recursos naturais e da justiça e inclusão social. Para ele, um dos pontos-chave da sustentabilidade estaria na manutenção dos lucros das empresas privadas e no maior comprometimento social e ambiental destas. “As empresas estão sendo estimuladas a se responsabilizarem com mais seriedade em relação ao meio ambiente.” (p. 10).

Hall (2001) também fala da importância de se estabelecer uma segurança econômica para empresas e instituições, na busca pela sustentabilidade. Apesar de não questionar a lógica de acumulação capitalista, o autor sugere que as empresas invistam na qualificação de seus funcionários, aumentem a participação destes nas decisões e nos lucros, e contribuam para as comunidades locais. No entanto, frente à lógica de competição, à exploração de mais-valia da mão-de-obra dos trabalhadores e à acumulação crescente e ilimitada da riqueza por parte das empresas privadas, fica difícil fazer com que as empresas atuem da forma recomendada por Hall, pois isso implicaria a perda de poder por parte das empresas e o empoderamento de seus funcionários e da comunidade, fato geralmente não desejado nem permitido pelos empresários.

Hall (2001, p. 271) se posiciona favorável ao discurso do desenvolvimento sustentável, e afirma que “a meta da sustentabilidade não é uma dádiva, mas um conceito contestado, que como estudiosos do setor precisamos defender.” Nesse sentido, discordamos que seja necessário defender a sustentabilidade de forma incondicional, pois existem interesses implícitos dos atores hegemônicos do capital nas premissas oficiais do desenvolvimento sustentável, que devem ser relativizados no debate. É preciso, pois, analisar e apreender de forma crítica as ações ditas sustentáveis, para verificar até que ponto elas atendem às premissas do desenvolvimento sustentável e, conseqüentemente, para refletir sobre a viabilidade da própria idéia de desenvolvimento sustentável institucionalizada pela ONU.

Em contrapartida, Montibeller-Filho (2001, p. 281) ressalta que “diferentes apropriações do conceito de desenvolvimento sustentável são feitas na sociedade, por diversos grupos de interesse, cada qual considerando apenas a dimensão para si mais conveniente.” Por isso, o termo populariza-se em vários setores da economia e da sociedade, sendo usado de formas variadas e tendenciosas.

A partir dessas diferentes apropriações e usos do conceito de desenvolvimento sustentável, segundo interesses econômicos e sociais, surgem diversas perspectivas à questão da sustentabilidade, com teorias e conceitos diferenciados. Esse processo é

denominado por Moreira (1999) de *nebulosa ambientalista*¹³¹, pois fala-se muito da questão ambiental, porém existem poucos consensos em torno da mesma questão.

Outro aspecto apontado por Moreira (1999) reside na diferença entre a concepção de sustentabilidade dos países ricos e dos periféricos, fundamentada nas suas realidades sócio-históricas e nas perspectivas de desenvolvimento. Para os países ricos, de sociedade avançada, predomina a idéia de sustentabilidade ambiental. Já para os periféricos, clama-se por uma sustentabilidade socioambiental, impeditora de explosões e desordens sociais, bem como redutora de injustiças e desigualdades sociais, características destes países.

Apesar da popularização do termo desenvolvimento sustentável, entendemos que não existe um consenso teórico a respeito do assunto. Na prática, mesmo com o surgimento e o aumento de iniciativas objetivando a sustentabilidade, estamos distantes da implantação de um desenvolvimento sustentável, principalmente porque a geração e a concentração de capital a curto prazo é sempre priorizada. Além disso, concordamos com aqueles que questionam e não acreditam na possibilidade de haver desenvolvimento sustentável¹³² dentro da atual conjuntura do sistema capitalista, pois o modo de produção pautado na acumulação crescente de capital dificulta e até impede a redução das desigualdades sociais e um uso mais racional dos recursos naturais.

Em virtude da falta de uma construção teórica científica em torno do termo desenvolvimento sustentável, bem como da pouca operacionalização das medidas para se iniciar o processo em direção ao desenvolvimento sustentável proposto pela ONU, vários pesquisadores vêm tecendo críticas ao desenvolvimento sustentável.

Autores como Cavalcanti (1997), Biswanger (1997), Erickson (1997), Moreira (1999), Montibeller-Filho (2001) e Leff (1998, 2000, 2001) fazem severas críticas à economia tradicional e à necessidade de uma reestruturação da economia para o desenvolvimento sustentável. Para Cavalcanti (1997), a elaboração de regras para um desenvolvimento sustentável deve considerar que a ciência econômica convencional não considera a base ecológica do sistema econômico dentro de seu arcabouço analítico, levando, assim, à busca pelo crescimento sem limites.

Moreira (1999) entende que há uma incompatibilidade entre as premissas de justiça e equidade social dentro do capitalismo, pois o sistema dá ênfase à propriedade privada como elemento de apropriação e concentração dos recursos naturais e produtivos. Assim, a maior parte dos ecossistemas, necessários à manutenção da vida da própria

¹³¹ O sociólogo Roberto Moreira (1999) chama de *nebulosa ambientalista* as variadas interpretações em relação à questão ambiental e principalmente à ideologia do desenvolvimento sustentável. Tais interpretações variam conforme as intencionalidades dos atores sociais em relação aos rumos e objetivos do desenvolvimento.

¹³² Dentre os diversos autores contrários ao discurso do desenvolvimento sustentável, destacamos Montibeller-Filho (2001), Roberto Moreira (1999), Enrique Leff (1998 e 2001), Arlete Rodrigues (1997, 1999 e 2000), Bertha Becker (1997) e Clóvis Cavalcanti (1997), que não acreditam na viabilidade do

humanidade, ao serem privatizados, deixam de atender às necessidades coletivas, pois passam a ser explorados a partir de intencionalidades individuais. Na ordem capitalista, portanto, a equidade é portadora de graus de desigualdade.

Na visão de Benevides (1997), a idéia de desenvolvimento sustentável encontra-se integrada à lógica do sistema capitalista, pois a própria ONU é gerenciada pelos países centrais, e, portanto, subordinada aos interesses destes¹³³. Luchiari (2002) também faz críticas ao ideário do desenvolvimento sustentável institucionalizado pela ONU, ao afirmar que o Relatório Brundtland coloca o desenvolvimento sustentável centrado na economia, enquanto considerações socioculturais e ecológicas são pontuadas para legitimar as concepções de sustentabilidade.

Acreditamos, portanto, que a idéia do desenvolvimento sustentável tem como principal objetivo contribuir para o fortalecimento de um novo período de expansão do capitalismo, onde os recursos naturais passarão a ser mais bem conservados, em virtude de sua esgotabilidade, e as manifestações culturais valorizadas, na medida em que se tornarem mercadorias. A preocupação e as ações de proteção ambiental tendem a ampliar-se, porém, apesar do discurso, as desigualdades sociais dificilmente serão efetivamente combatidas.

Moreira (1999, p. 248) afirma que estarmos em direção a um capitalismo ecológico, pois “a questão ambiental está relacionada aos processos econômicos e culturais da globalização, à valorização da questão ecológica e à construção de um novo patamar competitivo da ordem capitalista.” O autor mostra-se contrário a essa perspectiva de sustentabilidade centrada na manutenção da lógica capitalista, pois acredita que “as considerações ambientalistas atuais requerem que a sociedade e a economia sejam concebidas como um subsistema do sistema da biosfera.” (p. 258). Assim, a ênfase na conservação e na preservação da biosfera levaria a uma reestruturação da economia capitalista, sobretudo no que tange à propriedade e ao direito de uso dos recursos naturais. A dimensão econômica é, porém, priorizada frente ao social e ao ecológico.

As abordagens de Leis (1999) e Leff (1998, 2000, 2001) indicam que não é possível desvincular a problemática ambiental das ciências sociais. Para ambos, o debruçar sobre os problemas ambientais apresenta-se como uma tarefa interdisciplinar, exigindo conhecimentos das ciências naturais, e das humanas, através da economia, da política, da cultura, da filosofia e da religião.

Em virtude de o ambientalismo lidar com a relação entre sociedade e natureza, Luchiari (2002, p. 116) aponta para a necessidade de considerar, além da economia, a

desenvolvimento sustentável dentro da lógica predominante de acumulação ilimitada com base na exploração da mais-valia e dos recursos naturais.

¹³³ “Nos moldes da economia de mercado, as noções de desenvolvimento econômico e de sustentabilidade (natural e social) são quase antagônicas, podendo colocar em risco a seriedade ou a credibilidade de um planejamento que tome como referência tal concepção.” (BENEVIDES, 1997, p. 113). “[...] a preservação, a

questão política no que tange ao uso e à apropriação dos recursos naturais. “Refletir sobre natureza e sociedade significa incorporar as esferas da política e da economia.”

Para Leis (1999) e Leff (2001), a degradação ambiental é decorrente de uma crise de civilização, calcada nos princípios do modelo da modernidade, onde a razão tecnológica predomina sobre o funcionamento da natureza. A idéia de desenvolvimento sustentável pressupõe um desafio civilizatório, onde mudanças ideológicas e comportamentais devem basear as mudanças políticas, econômicas e sociais.

Entendendo que é impossível desvincular as propostas de conservação ambiental da preocupação com a cultura e com a qualidade de vida das populações autóctones, Diegues (2000, p. 16) trabalha com a idéia de *etno-bio-diversidade*, pois considera que a “biodiversidade pertence tanto ao domínio do natural e do cultural, mas é a cultura enquanto conhecimento que permite que as populações tradicionais possam entendê-la, representá-la, manuseá-la e enriquecê-la.”

Sem o respeito e sem o incentivo à participação das comunidades marginalizadas, sejam elas indígenas, ribeirinhas, rurais ou urbanas, torna-se uma falácia acreditar no desenvolvimento sustentável, pois este pressupõe um equilíbrio entre os benefícios econômicos, ambientais e socioculturais, objetivando melhorar a qualidade de vida das gerações atuais e futuras. Desta forma, imaginar que o mercado pode alavancar o desenvolvimento sustentável é outra grande falácia, pois é clara a situação de miséria e falta de perspectivas de grande parte da população mundial frente à lógica do capital.

Fundamentado nos autores apresentados, podemos concluir que o desenvolvimento sustentável apresenta-se mais como uma retórica do que como uma prática. Mesmo na retórica, existem várias interpretações sobre o tema, de modo que, a partir dos apontamentos científicos da década de 1960, o debate sobre sustentabilidade foi sendo apropriado por diversos atores sociais, com destaque para a ONU, e também foi sendo distorcido segundo os interesses daqueles atores que o propagaram. Não concordamos com os pressupostos do desenvolvimento sustentável institucionalizado pela ONU, pois, assim como os autores críticos apresentados, entendemos que, dentro da lógica de acumulação capitalista, é inviável falar em sustentabilidade. Desse modo, a sustentabilidade acaba servindo mais como uma máscara para justificar objetivos de ampliação de mercado e de manutenção de lucros dentro do regime de acumulação flexível, sobretudo por parte de empresas privadas e das corporações transnacionais. Assim, diversos setores produtivos e econômicos passam a se apropriar da retórica da sustentabilidade, como no caso do turismo.

conservação e a justiça social ainda são tratadas como externalidades, apêndices do modelo de crescimento econômico, enquanto deveriam ser os pressupostos para o desenvolvimento.” (p. 119).

1.5. Turismo sustentável

Considerando a ampliação do debate sobre formas de turismo que buscam se contrapor ao turismo convencional e de massa, e sabendo da popularização do termo *desenvolvimento sustentável*, e de sua incorporação no setor turístico, diversos pesquisadores vêm discutindo o conceito de *turismo sustentável*.

Assim como o turismo alternativo, Butler (1998) argumenta que o turismo sustentável se apresenta como contraposição ao turismo de massa. Já Milne (1998), ao afirmar que a maioria das discussões sobre turismo sustentável busca diferenciar atividades sustentáveis daquelas do turismo de massa, alerta para não reproduzirmos uma visão dicotômica entre turismo sustentável e turismo convencional, pois, segundo o autor, todos os tipos de turismo estão ligados.

A popularização da idéia do desenvolvimento sustentável, unida à procura por espaços de contato com a “natureza”, com o inóspito e com o “diferente”, bem como às necessidades de expansão das destinações turísticas no mundo, desencadearam uma exacerbação do turismo como atividade sustentável. Como o turismo utiliza as paisagens, os lugares e os territórios como mercadorias, o principal produto a ser comercializado e consumido são as imagens e os símbolos, criados e maquiados para o atendimento dos anseios dos turistas.

A valorização de aspectos naturais e histórico-culturais levou instituições, políticos e empresários a divulgar a idéia de que o turismo seria uma atividade sustentável, pois combinaria crescimento econômico, conservação ambiental e identidade cultural. Na prática, no entanto, esse propagado turismo sustentável não questiona nem altera a lógica de acumulação e de concentração do lucro proveniente da atividade. Mesmo nas modalidades de turismo consideradas sustentáveis, como o ecoturismo e o turismo rural, há um predomínio de atores exógenos, que utilizam do discurso dos benefícios para a população local para promoverem seus próprios negócios.

Segundo o documento *Desenvolvimento do Turismo Sustentável*, da OMT (Organização Mundial do Turismo) (1996), o turismo sustentável seria aquele que satisfaz as necessidades presentes dos turistas, ao mesmo tempo em que preserva as regiões de destino e incrementa novas oportunidades para o futuro. Ele deve ser concebido de modo a conduzir à gestão de todos os recursos existentes, tanto do ponto de vista da satisfação das necessidades econômicas, sociais e estéticas, quanto da manutenção da integridade cultural, dos processos ecológicos essenciais, da diversidade biológica e dos sistemas de suporte à vida.

Percebe-se que, assim como no conceito de desenvolvimento sustentável, o turismo sustentável se fundamenta na dimensão econômica, e incorpora timidamente as dimensões ambiental, social e cultural, entendendo-as como oportunidades e recursos

para a continuidade da atividade turística, fato que demonstra o viés utilitarista e economicista propagado pela OMT.

A OMT mostra-se muito mais preocupada com a sustentabilidade econômica do turismo do que com a busca por um turismo sustentável em suas dimensões, e aponta o planejamento como uma ferramenta fundamental. “O planejamento do turismo deve ter como meta a criação de benefícios socioeconômicos para a sociedade, mas, ao mesmo tempo, deve manter a sustentabilidade do setor turístico através da conservação do meio ambiente e da cultura local.” (OMT, 1996, p. 74).

Além da falta de uma definição mais precisa sobre quem deve ser beneficiado com o turismo (sociedade), a conservação do meio ambiente e da cultura local são vistas como necessidades para a manutenção econômica do turismo. Outro aspecto a considerar é a idéia de cultura como algo a ser conservado para atender melhor aos anseios dos turistas. A OMT parece não dar atenção para o fato de toda cultura ser dinâmica e estar em constante transformação, pois interessa ao turismo a cultura como pastiche, como simulacro.

Da mesma forma que existem controvérsias sobre o conceito de desenvolvimento sustentável, Swarbrooke (2000) aponta que não há uma definição completamente aceita de turismo sustentável. O autor se remete ao relatório Brundtland, de 1987, que fala de sustentabilidade do turismo como “formas de turismo que satisfaçam hoje as necessidades dos turistas, da indústria do turismo e das comunidades locais, sem comprometer a capacidade das futuras gerações de satisfazerem suas próprias necessidades” (SWARBROOKE, 2000, p. 19). Assim como no documento da OMT, a ONU também vincula a sustentabilidade do turismo à indústria do turismo, isto é, à manutenção da lógica de acumulação ilimitada de capital por parte dos empresários do setor turístico e, portanto, da exploração de recursos naturais e de mão-de-obra local.

Butler (1998) aponta, como marco oficial da incorporação da idéia de desenvolvimento sustentável no turismo, a Conferência Mundial de Turismo Sustentável, realizada pela OMT em 1990. Nela, definiu-se que “o turismo sustentável constitui um modelo de desenvolvimento econômico que foi concebido para: - Melhorar a qualidade de vida da comunidade visada; - Oferecer ao visitante uma elevada qualidade de experiências; - Manter a qualidade do ambiente de que tanto a comunidade anfitriã quanto o visitante dependem.” (OMT, 1996, p. 12). A afirmação do turismo sustentável como modelo de desenvolvimento econômico já demonstra a restrição da concepção de sustentabilidade da OMT, e reforça nossa afirmação de seu viés utilitarista.

Na mesma conferência, chamada de *O'Globe 90*, foram elencados mais de dez benefícios do turismo sustentável, todos no tempo verbal presente, como se já existisse um turismo sustentável e como se este já estivesse dado, não precisando ser construído socialmente. Nesse sentido, há, por parte da OMT, uma idealização romântica do turismo

sustentável como algo perfeito e extremamente positivo, que não gera impactos e deve ser implementado nas mais variadas localidades. O problema é que não existem indicações sobre como atingir esse turismo sustentável, nem uma problematização em relação às contradições existentes em qualquer debate sobre sustentabilidade. Por acreditarmos que o turismo sustentável não existe, nem pode existir dentro da lógica de acumulação capitalista, nossa posição em relação à retórica da OMT só pode ser de crítica. Ademais, da retórica para a prática, há um longo caminho.

Ao propor um conceito sobre turismo sustentável, Swarbrooke (2000, p. 20), também deixa clara sua posição economicista em relação ao turismo, ao defini-lo como um “turismo que é economicamente viável, mas não destrói os recursos dos quais o turismo no futuro dependerá, principalmente o meio ambiente físico e o tecido social da comunidade local.” Em muitos casos, o turismo não destrói o meio físico e o tecido social, mas, geralmente, modifica tanto o meio ambiente como a sociedade em benefício dos interesses dos empreendedores turísticos.

Hall (1998) é outro autor a atribuir ênfase ao crescimento econômico como premissa básica do turismo sustentável, sugerindo que a questão central em relação ao desenvolvimento sustentável, sobretudo com respeito ao turismo, é estabelecer uma forma equilibrada de desenvolvimento que nos permita conservar o ambiente natural, e explorar o turismo assegurando o crescimento econômico.

Segundo Garrod (1998 apud Silveira, 2001), para ser sustentável, o desenvolvimento do turismo deve, entre outras coisas: - ir ao encontro das necessidades da população local em termos de melhoria dos padrões de vida a curto e longo prazos; - satisfazer a demanda atual e, havendo incremento do número de turistas, manter o nível de atratividade do lugar; - salvaguardar o meio ambiente para que ele continue servindo de base para o cumprimento dos itens anteriores.

Acreditamos que os aspectos apontados por Garrod são importantes na busca de um turismo que objetive beneficiar as comunidades receptoras e pautar-se no ideário do desenvolvimento sustentável para as gerações atuais e futuras. No entanto, defendemos a idéia de que a sustentabilidade no turismo - assim como nos outros setores econômicos - encontra-se pautada no *dever* e não no que realmente vem acontecendo nas destinações de turismo¹³⁴. Muitos outros autores afirmam como o turismo sustentável deve ser, mas não vinculam esse debate teórico às experiências existentes que se dizem sustentáveis.

Consideramos relevante colocar o que deveria ser feito para se atingir o turismo sustentável. Não podemos, contudo, acreditar que, apenas apontando o que deve ser feito, chegaremos a executar práticas de turismo sustentáveis. Para que possamos avançar em direção a um turismo sustentável, é preciso debruçar-se sobre as

¹³⁴ Ver Candiottto (2005).

experiências existentes, analisando os obstáculos que dificultam a operacionalização do que vem sendo apontado como premissa no debate teórico. É fundamental uma aproximação entre teoria e prática, pois há uma relação intrínseca e dialética entre elas.

Swarbrooke (2000) indica os tipos de turismo que acredita serem altamente compatíveis com o conceito de turismo sustentável: ecoturismo; turismo cultural; atrações urbanas em localidades turísticas abandonadas; agroturismo (turismo rural em pequena escala) que representa fonte de renda para os trabalhadores do campo; férias de conservação, onde turistas fazem ações conservacionistas.

No amplo debate sobre turismo sustentável, encontramos autores com posições favoráveis aos princípios e à aplicação do mesmo turismo sustentável, aqueles que procuram traçar análises que relativizam a questão, não definindo uma posição, e os autores críticos da idéia do turismo sustentável. Dentro desse universo, certamente existe uma heterogeneidade de abordagens e ponderações. Buscaremos expor algumas dessas impressões.

1.5.1. Posições em torno do turismo sustentável

Além das instituições oficiais como a ONU e a OMT, turismólogos como Swarbrooke (2000) e Ruschmann (1997), e geógrafos como Hall (2001), Williams e Shaw (1998) e Silveira (2001), acreditam na sustentabilidade do turismo dentro da lógica de acumulação capitalista.

Williams e Shaw (1998) apresentam uma visão de sustentabilidade no turismo vinculada ao mercado, ao afirmarem que essa sustentabilidade só será conseguida com maiores investimentos e com a forte participação das firmas e do capital privados, e que projetos sustentáveis podem ser difundidos por grandes empresas.

Silveira (2001) parece acreditar na sustentabilidade do turismo, o que se daria, sobretudo, por meio de políticas e do planejamento do turismo. “Para o desenvolvimento sustentável do turismo é preciso que se formule e execute uma política territorial e uma estratégia de desenvolvimento local baseada no planejamento integrado da atividade turística.” (p. 140). O geógrafo não deixa claro a quem cabe a elaboração e a execução das políticas e dos planejamentos, porém tudo indica que o principal ator para o desenvolvimento do turismo sustentável seria o Estado, por meio de políticas públicas com ênfase no desenvolvimento local. Todavia, entendemos que, da formulação da política à sua aplicação, existe um longo e árduo caminho, caracterizado pelo jogo de interesses, de relações de poder, de corrupção, de apropriação de discursos e de representações, entre outros aspectos a serem considerados na gestão do turismo.

Swarbrooke (2000) apresenta várias ressalvas em relação ao turismo sustentável, porém dentro de uma visão simplista e economicista de sustentabilidade, pois vincula a sustentabilidade do turismo à manutenção e à expansão do setor turístico. “Desde que

seja bem administrado e tenha infra-estrutura adequada, o turismo de massa em complexos turísticos nas encostas litorâneas é uma forma de turismo muito sustentável” (p. 35). O turismólogo inglês chega a afirmar que “existem vários órgãos governamentais tentando fazer uso do turismo para ajudar a alcançar o desenvolvimento sustentável de áreas geográficas” (p. 16), demonstrando, em nossa opinião, uma visão limitada de sustentabilidade, vinculada à realidade europeia e dos países de capitalismo avançado.

Do ponto de vista dos turistas, Swarbrooke (2000) ressalta que “tem havido pouca evidência de que os turistas estejam muito interessados no conceito de turismo sustentável” (p. 16), de modo que os interesses dos consumidores no meio ambiente estão mais ligados à motivação por conhecer novos e exóticos lugares do que pela preocupação com os impactos ambientais do turismo em geral. É a indústria do turismo a mais preocupada com o turismo sustentável, pois isso pode influenciar seus negócios. Apesar de sua visão restrita frente o turismo sustentável e da complexidade do desenvolvimento sustentável, Swarbrooke (2000) é realista ao destacar os interesses econômicos da indústria do turismo na retórica da sustentabilidade.

Entendemos que, por sua formação de turismólogo, Swarbrooke pensa o turismo sustentável a partir da estrutura já existente da indústria turística, considerando que a sustentabilidade do turismo deve ser buscada pelo *trade* (indústria do turismo) e, de forma mais tímida, pelos governos e pelas comunidades locais.

Mesmo com a exacerbação da viabilidade e até da confirmação da existência do turismo sustentável por parte de economistas, turismólogos, publicitários, administradores, políticos, sociólogos e geógrafos, existem diversos autores, sobretudo ligados às ciências humanas, que se pautam em abordagens mais críticas em relação ao turismo sustentável.

Para Butler (1998), o turismo está sendo vendido como atividade sustentável, pois traz vantagens econômicas, nas relações públicas e no *marketing*, ou seja, dá lucros. Como o desenvolvimento sustentável propõe uma visão holística/integrada, Butler afirma ser complicado falar em turismo sustentável¹³⁵, pois isso dá a entender que este é independente de outras atividades.

Milne (1998) também questiona a associação entre turismo e desenvolvimento sustentável, e afirma que devemos ter cuidado ao aproximar turismo de desenvolvimento sustentável. Um dos aspectos destacados na busca por um turismo sustentável está na necessidade de mudanças de comportamento dos turistas, fato pouco trabalhado pelos autores dedicados ao turismo.

No Brasil, existem diversos cientistas sociais contrários ao discurso do desenvolvimento sustentável, aos princípios do turismo e à exacerbação da idéia de um

¹³⁵ Butler (1998) cita um estudo realizado na Escócia em 1994, onde não foi encontrado nenhum exemplo de aplicação do desenvolvimento sustentável ao turismo.

turismo que seja sustentável. Para A. M. Rodrigues (1997), a sustentabilidade não está dada simplesmente com a elaboração de documentos, de modo que precisamos construí-la socialmente, envolvendo todas as atividades econômicas. Em relação ao turismo sustentável, a autora afirma que “a atividade turística é, em sua própria essência, incompatível com uma idéia de *desenvolvimento sustentável*” (2000, p. 181), pois se encontra profundamente dependente da lógica e das normas do mercado. A geógrafa é, portanto, contra a idéia de turismo sustentável, pois o turismo é um setor motivador da transformação da natureza e da paisagem em mercadoria¹³⁶.

Ao defender a idéia de que o turismo é uma prática antropofágica, pois consome aquilo que possibilita sua gênese (atrativos naturais e culturais), Silva (2004) vê uma contradição entre a organização do sistema turístico e os pressupostos da sustentabilidade. “Os objetos sociais e naturais das localidades são consumidos na prática turística até o seu esgotamento e depois perdem sua função” (p. 11).

Silva (2004) toca em um ponto que consideramos chave na teorização sobre turismo sustentável. É muito comum encontrarmos autores que propagam a possibilidade e até a existência de formas de turismo sustentáveis, porém essa ênfase se dá mais no debate teórico do que a partir de análises empíricas. Assim, concordamos com Silva sobre a necessidade de evolução do debate e do discurso teórico, com base em constatações pautadas em experiências empíricas que buscam a sustentabilidade. É no empírico que as teorias devem ser afirmadas ou refutadas, pois a teorização deve estar vinculada à realidade.

Silva (2004) destaca o viés utilitarista, consumista e economicista da idéia de sustentabilidade no turismo, e afirma:

Como é tratado, o turismo sustentável ou a sustentabilidade do turismo torna-se um mito e mascara e simplifica uma série de questões importantes que envolvem a prática turística. Questões políticas, econômicas, sociais e ambientais ficam acobertadas no momento que se supervaloriza as formas de uso e o perfil de seus usuários. (p. 15).

Almeida (2004) também apresenta posições contrárias à exacerbação do turismo sustentável, por entender o discurso da sustentabilidade como uma forma de afirmação dos interesses econômicos do turismo por parte de seus promotores e empreendedores. Para a geógrafa, há uma contradição entre o discurso do turismo sustentável e os reais beneficiários desse discurso.

Considerando, também, que o discurso do turismo sustentável destaca principalmente a faceta da atividade turística como atividade econômica, convém não se esquecer quem são os reais beneficiados e a quem interessa um turismo dito sustentável. O seu conceito é vago e ambíguo e de duvidosa operacionalidade prática, mas sem dúvida politicamente apelativo. (p. 7).

¹³⁶ Considerar a atividade turística como sustentável ou como integrante da possibilidade do desenvolvimento sustentável é apenas desviar os termos da questão sem analisar a complexidade de uma atividade econômica que tem por base o consumo de paisagens naturais exóticas ou a história passada. (RODRIGUES, 2000, p. 174).

Dentro desse contexto de posições favoráveis e contrárias à idéia do turismo sustentável, posicionamo-nos na vertente crítica, que entende esse contexto como um discurso favorável aos agentes hegemônicos do capital em qualquer escala geográfica, desde a global até a local. Assim, além de não existir, o turismo sustentável não condiz com as experiências e as práticas atuais propagadas como sustentáveis, pois não tem preocupação com mudanças na estrutura econômica de acumulação da riqueza e nem com diminuição da exploração de mais-valia e dos recursos naturais.

Falar em turismo sustentável é, portanto, algo que deve ser evitado, pois o turismo é atualmente um grande negócio ditado pelas regras de mercado do sistema capitalista, e controlado pelos atores hegemônicos detentores de capital e de poder. Assim como todas as atividades econômicas, o turismo encontra-se pautado sobre a exploração da força de trabalho, geralmente da população autóctone, e dos recursos naturais, mesmo que numa perspectiva conservacionista (uso lúdico e recreacional das paisagens).

No Brasil, as discussões sobre o turismo sustentável vêm sendo trabalhadas de várias formas, porém destacam-se as abordagens pautadas na afirmação do “turismo de base local”, isto é, na idéia de que o desenvolvimento do turismo na escala local (município, cidade, comunidade, etc.) seria o mais adequado para conservar os ecossistemas e combater as mazelas sociais. A idéia de um turismo sustentável – seja de base local ou em outras escalas geográficas – está muito mais vinculada a uma possibilidade futura (devir, utopia) do que a um caminho que vem sendo trilhado com experiências locais de sucesso, ou mesmo com políticas públicas descentralizantes. Todavia, o debruçar sobre a apreensão de experiências que se dizem sustentáveis é fundamental para o avanço da reflexão crítica e coerente com as transformações socioespaciais decorrentes da implantação e desenvolvimento do turismo.

Ademais, entendemos que a segmentação do turismo e o atributo de sustentável para determinadas modalidades turísticas (ecoturismo, turismo rural, entre outras) faz parte da retórica do *trade* turístico para ampliar seu mercado de atuação. Através do *marketing*, as empresas do *trade* convencem os turistas sobre a maior qualidade e os menores impactos de um turismo que se diz sustentável. Por outro lado, políticos e empreendedores vão criando as condições necessárias para o desenvolvimento do turismo nos mais diversos lugares, desde o convencimento da população autóctone sobre as benesses do turismo, até a destinação de recursos para implantação de infraestrutura e de equipamentos turísticos.

Este processo de segmentação do turismo e de ênfase no turismo sustentável, sobretudo na escala local, tem suas origens globais, pois é a própria OMT (Organização Mundial do Turismo) a maior disseminadora desse ideal. Por conseguinte, diversos países passam a acreditar no turismo como alternativa econômica, a incentivá-lo e implementá-lo, pois existem recursos financeiros globais disponíveis para tanto. Assim, a

retórica do turismo sustentável na escala local por parte da OMT apresenta-se como uma importante verticalidade na disseminação ideológica do turismo rural.

Silveira (2002, p. 45) cita o Programa da OMT de desenvolvimento do turismo sustentável no nível local, que conta com o apoio de organismos financeiros internacionais como o Banco Mundial, e “pretende expandir as fronteiras do turismo [...] para países em desenvolvimento ou periféricos vistos como portadores de vocação turística.”

O Brasil é um desses países, que, além de um enorme potencial turístico natural e cultural, vem apresentando uma estabilidade econômica favorável aos investimentos externos, e um governo que vem elaborando e implementando suas políticas públicas segundo as recomendações de instituições de atuação global, garantindo assim a acumulação de capital por parte dos investidores externos, que, muitas vezes, se constituem em especuladores financeiros.

Como setor específico de exploração da força de trabalho, o turismo vem se constituindo, em escala planetária e no Brasil, em particular, como um dos laboratórios da ofensiva global capitalista. Condições de trabalho precárias, jornadas de trabalho extensas, baixas remunerações, contratos temporários, maior incidência de relações de trabalho à margem da legislação, quase ausência de sindicatos e uso preponderante de mulheres, jovens e crianças, é esse o pano de fundo das relações sociais de exploração do turismo no centro e, principalmente, na periferia do capitalismo contemporâneo. (OURIQUES, 2005, p.132/133).

Na visão de Ouriques, o turismo não teria nada de sustentável, pois, apesar de utilizar as paisagens e os lugares de forma menos impactante que outras atividades econômicas, mantém e até intensifica a exploração da força de trabalho. Além disso, o controle das diretrizes do turismo permanece nas mãos dos atores hegemônicos do capital, atores que, acima de tudo, buscam potencializar seus lucros e seu poder.

Não há dúvida de que o turismo contribui para o crescimento econômico, pois, assim como todas as outras atividades capitalistas, tem sua gênese ligada à busca de retorno econômico e expansão do consumo. O lucro gerado pelo turismo é, no entanto, altamente concentrado nos empresários e nos investidores do setor, enquanto as camadas menos favorecidas da população autóctone não usufruem dos benefícios tão propagados pelos políticos e empresários para convencer a população de que o turismo trará melhorias para todos.

As atitudes de desrespeito dos turistas com os residentes, assim como o trato diferenciado por parte do poder público, que investe mais em equipamentos para o turista do que em melhorias para a população local, apresentam-se como contradições ao discurso do turismo sustentável. Os propagados benefícios econômicos também quase não atingem os autóctones, pois a maior parte da receita do turismo fica com os agentes externos.

1.6. O turismo rural como modalidade alternativa/sustentável

Com o intuito de não sermos repetitivos no que tange à idéia de turismo sustentável, buscamos apresentar sucintamente algumas impressões sobre a idéia de um turismo rural sustentável. Tavalera (2002) procura demonstrar que os pressupostos do desenvolvimento local e do desenvolvimento sustentável servem como suporte e justificativa para a chegada do turismo rural em todos os lugares, modificando a percepção da sociedade em relação ao turismo. Por conseguinte, o turismo rural passa a ser visto como uma atividade geradora de riqueza, ecologicamente correta e valorizadora das manifestações culturais do rural.

Tavalera também chega a vincular o turismo rural ao desenvolvimento sustentável em sua proposta conceitual, entendendo o turismo rural como “o uso ou aproveitamento turístico do entorno rural, atendo-se às premissas do desenvolvimento sustentável, isto é, gerar efeitos positivos (conservação do patrimônio cultural, proteção do meio ambiente), incluir a população local como atores culturais, ser minoritário e promover, através de encontros espontâneos, o contato cultural.” (2002, p. 22). Apesar de aderir conceitualmente ao desenvolvimento sustentável, o autor mostra uma posição crítica ao ressaltar que essas novas formas de turismo são denominações comerciais criadas pelo *trade* para atender a nichos de mercado, através da criação de expectativas diferenciadas.

Verbole (2002) procura ser realista e mostrar que a sustentabilidade no turismo rural é apenas uma aproximação, e não um conjunto de atividades finitas, não havendo uma receita para se chegar ao turismo rural sustentável. Entretanto, o autor acredita que devemos perseguir a sustentabilidade no turismo rural através de ações integradas entre as escalas geográficas, ou seja, entre os níveis global, nacional, regional e local.

Baidal (2000) vê limitações frente à implantação do turismo rural sustentável e, assim como nós, destaca a ênfase dada no devir.

Afirmar que o turismo rural é um *turismo sustentável*, que respeita o meio ambiente e a cultura local, constitui uma expressão de como deveria se desenvolver o turismo rural, mas, evidentemente, não implica que todos os desenvolvimentos turísticos rurais vão se desenvolver sob esses parâmetros. (p. 78).

Diversos autores procuram apontar o que fazer para que o turismo rural se torne sustentável. Sem dúvida, as concepções sobre a sustentabilidade são heterogêneas, de modo que existem aqueles que acreditam na existência do turismo sustentável, aqueles que criticam esse enfoque, e, sobretudo, aqueles que se pautam no devir, ou seja, em como o turismo deve ser para atingir a sustentabilidade. Estes últimos, apesar de reconhecerem as dificuldades de efetivação do turismo sustentável, insistem em divulgá-lo como algo plausível e atingível, fato que consideramos questionável frente ao caráter utópico e às contradições presentes no conceito de desenvolvimento sustentável e de turismo sustentável.

Visando demonstrar esse exagerado enfoque no devir, apresentamos algumas impressões de autores que se fundamentam nas “promissoras” possibilidades do turismo rural.

Na visão de Marlene Novaes (2004), o desenvolvimento turístico no espaço rural deverá fundamentar-se em critérios de sustentabilidade, ou seja, há de ser suportável ecologicamente em longo prazo, viável economicamente e eqüitativo numa perspectiva ética e social para as comunidades locais. Sendo o turismo no espaço rural um importante instrumento de desenvolvimento, pode e deve participar ativamente na estratégia do desenvolvimento sustentável. Novaes demonstra que sua visão de desenvolvimento sustentável é aquela propagada pela ONU, pois entende a viabilidade econômica como premissa básica. Mesmo incorporando as questões ambientais, éticas e sociais, a autora não questiona os limites do desenvolvimento sustentável dentro da lógica de acumulação capitalista.

Conforme afirma Sousa (2000), o turismo no meio rural é uma atividade que deve ser economicamente sustentável, ecologicamente correta, socialmente justa e verdadeiramente rural. A oferta turística no campo deve estar integrada ao meio rural, ter qualidade em relação aos equipamentos, serviços, atividades e sustentabilidade ambiental. Para a autora, a sustentabilidade do turismo rural depende da preocupação ecológica, da integração do sistema produtivo, do manejo verde, da capacidade de carga, da educação ambiental, do comportamento ambientalmente responsável e do envolvimento da comunidade local nas atividades turísticas. Os atores envolvidos no processo deverão promover a motivação, o planejamento orientado e a implantação de uma consciência coletiva, solidária e responsável nas comunidades interessadas. O diálogo constante e as ações conjuntas são fundamentais.

As colocações acima apresentadas por Sousa (2000), assim como várias outras relacionadas ao turismo rural e também ao ecoturismo, reforçam nossa afirmação de que a sustentabilidade no turismo encontra-se pautada no devir e não no que realmente vem acontecendo nas destinações de ecoturismo e turismo rural.

Entendemos ser importante colocar o que deve ser feito para se chegar ao tão desejado turismo sustentável. Não podemos, contudo, acreditar que, apenas apontando o que deve ser feito, chegaremos a executar práticas de turismo sustentáveis. Para que possamos avançar em direção a um turismo rural sustentável, é preciso debruçar-se sobre as experiências existentes, analisando os obstáculos que dificultam a operacionalização do que vem sendo apontado como premissa no debate teórico.

Independentemente de conceber o turismo rural como atividade sustentável ou como mais uma atividade econômica, essa modalidade apresenta algumas especificidades. Nesse sentido, achamos necessário discorrer sobre o histórico e o debate conceitual acerca do turismo rural.

2. Turismo Rural

2.1. Histórico

O crescimento mundial do turismo, aliado à saturação de destinações “convencionais”, ao regime de acumulação flexível do capital e à ganância do *trade* pela expansão do mercado turístico, conduziram à diversificação das modalidades turísticas, chamada de segmentação, e, conseqüentemente, à busca/criação de novas destinações e de novos produtos turísticos. Como já mostramos, a partir da década de 1990, o turismo passa a ser ideologicamente polarizado entre turismo convencional/de massa e turismo alternativo/sustentável, de modo que, entre as modalidades “alternativas”, destaca-se o turismo rural.

Apesar da recente popularização mundial da prática do turismo rural e dos estudos e pesquisas sobre tal modalidade, o turismo no meio rural tem origem no final do século XIX na Europa (Áustria e Suíça), porém, assim como outras modalidades de turismo dessa época, estava restrito às elites. Em virtude do desenvolvimento econômico pautado na industrialização e das conquistas trabalhistas nos países europeus, ambos ocorridos na década de 1950, a partir do fim da Segunda Guerra, o turismo rural desponta como atividade planejada, com destaque para a França, Espanha e Itália.

Além dos incentivos públicos para a expansão do turismo como setor econômico estratégico e da organização do *trade* turístico para viabilizar o turismo rural, o interesse dos cidadãos pelo espaço rural, seja para visitas esporádicas ou para moradia, contribuiu para a afirmação do turismo rural, e inseriu novas relações econômicas e sociais no rural. Como aponta Verbole (2002), o aumento da demanda de turismo rural na Europa, devido ao interesse de cidadãos urbanos pelo meio rural, também contribuiu para o incremento da atividade.

Esse processo de retorno ao campo é denominado neo-ruralismo, iniciado na década de 1970 na França e em outros países europeus. Segundo Giuliani (1990), o neo-ruralismo expressa a idéia de que uma série de valores típicos do velho mundo rural passa por um revigoramento e começa a ganhar a adesão de pessoas da cidade.

Presvelou (2000) lembra que as visitas ao campo já eram comuns, sobretudo para rever parentes e amigos e para o descanso. A novidade no interesse pelo rural encontra-se, no entanto, no deslocamento de pessoas na qualidade de turista para o rural.

Durante a década de 1980, há um incremento do turismo no espaço rural europeu, que passa a ser visto como alternativa de renda em função de problemas estruturais nas propriedades rurais, como os baixos preços dos produtos agrários e a redução do protecionismo (TULIK, 2003).

Para Baidal (2000), as possibilidades do turismo rural/natural constituem um aparato para reativação de áreas industriais com problemas, dinamização de áreas rurais

atrasadas e diversificação da estrutura econômica regional. Considerando essa realidade de preocupação com o futuro do espaço rural aliada ao interesse pela expansão do turismo rural, a Europa começa a incentivar o turismo no meio rural a partir de políticas públicas da União Européia na década de 1990. Destacam-se, nesse contexto, as iniciativas Leader I e II, e o Programa de Diversificação da Economia Rural (PRODER), entre outros¹³⁷.

O português Cristóvão (2002, p. 97) afirma que o programa LEADER¹³⁸ (Ligação Entre Ações de Desenvolvimento da Economia Rural) da Comunidade Européia, lançado nos anos 1990, teve suas bases no documento intitulado "O Futuro do Mundo Rural", elaborado pela Comissão Européia, o qual defendia a importância da multifuncionalidade do espaço rural e a necessidade de políticas de qualidade e de proteção do ambiente, e de abordagens mais integradas do desenvolvimento regional. O LEADER surgiu do reconhecimento, pela Comunidade Econômica Européia, "[...] da importância do desenvolvimento rural e da necessidade de instrumentos que, partindo da capacidade organizativa de base dos territórios, conduzissem a um mais participado e mais integrado aproveitamento dos diversos recursos." Presvelou (2000) afirma que, dentro dos programas Leader, pretende-se que o planejamento das ações parta dos anseios das comunidades, isto é, "de baixo pra cima".

Desta forma, aspectos como a ênfase na multifuncionalidade do rural, o enfoque multidisciplinar do território para além do setorial (agrícola/rural) que valoriza o uso integrado dos recursos e a diversificação das economias locais, e, a participação da população no planejamento e gestão de base local, fundamentam as políticas públicas propostas nos Programas LEADER.

Como consequência da implantação dos Programas LEADER, houve uma diversificação econômica do espaço rural, diversificação que, por sua vez, trouxe consigo um interesse no turismo como uma ferramenta para revitalizar o interior e as comunidades rurais, contribuindo para o desenvolvimento do turismo rural europeu. (VERBOLE, 2002). Baidal (2000) também ressalta a importância do LEADER para a promoção e o crescimento do turismo no espaço rural europeu.

A partir da experiência européia da década de 1990 em incentivar o turismo como uma atividade econômica viável para o meio rural, que valoriza o ambiente e a cultura local, o turismo no espaço rural passou a ser considerado uma alternativa de emprego,

¹³⁷ Silveira (2002a) informa que a União Européia tem incentivado o turismo através dos *Fundos Estruturais Europeus de Reconversão de Áreas Deprimidas*. "O turismo está enquadrado nas medidas dos eixos prioritários da política regional da UE, por meio de programas de apoio e programas operativos tais como: LEADER, INTERREG, RESIDER, ENVIREG, RENAVAL." (p. 43).

¹³⁸ Os Programas Leader (Liaison entre Actions de Développement de l'Économie Rurale) se constituem em iniciativas comunitárias lançadas pela Comissão Européia e coordenadas pela Direção Geral de Agricultura. O programa europeu Leader I cobriu o período de 1991-1994. Foi substituído por Leader II (1994-1999) (PRESVELOU, 2000).

renda e de desenvolvimento para o rural em todo o mundo¹³⁹. Além das dificuldades econômicas dos agricultores e da agricultura, o apelo ambiental de usos menos degradadores dos recursos naturais e do desenvolvimento sustentável, popularizado no início da década de 1990, contribuíram para a consolidação da ideologia do turismo rural (e do ecoturismo) como atividades potencialmente promotoras do desenvolvimento sustentável. O interesse da sociedade urbana pelo ambiente e pela cultura rural também se apresenta como um dos grandes argumentos para o crescimento do turismo rural, e, conseqüentemente, para a revitalização do espaço rural.

2.2. A questão conceitual do Turismo Rural

Em primeiro lugar, para discorrer sobre o turismo rural, não podemos ignorar toda a complexidade que envolve o conceito de rural e sua delimitação espacial, tão dificultada em virtude da expansão espacial dos processos de urbanização e de tecnicização do espaço geográfico. Assim, como o intuito dessa parte do trabalho reside em tentar contribuir para a questão conceitual no tocante ao turismo rural, preferimos deixar esse debate sobre a questão rural/urbano para a seqüência do trabalho.

Devido à forte influência estrangeira na literatura sobre turismo rural, muitos conceitos são importados sem maiores reflexões e adaptações à realidade brasileira. Como afirma A. B. Rodrigues (2000), a imprecisão de conceitos sobre turismo rural no Brasil está vinculada à tentativa de classificações baseadas em parâmetros europeus, haja vista que a origem do turismo rural é européia. Apesar desses problemas conceituais, acreditamos que já existem estudos que buscam estabelecer uma diferenciação das atividades de turismo realizadas no espaço rural no Brasil, sobretudo no que tange aos conceitos de turismo no espaço/meio rural, turismo rural e agroturismo.

A tecnicização do rural vem modificando a dinâmica do espaço rural, principalmente nos países centrais do capitalismo, fato que contribui para a expansão do turismo no espaço rural, pois, para haver turismo, é preciso ter infra-estrutura e equipamentos. De forma contraditória, porém, o principal elemento motivador do deslocamento ao meio rural se encontra na busca de paisagens e manifestações culturais que, seja na materialidade ou no plano simbólico, se contrapõem ao espaço urbano.

De forma geral, a literatura européia trata qualquer modalidade de turismo realizada no espaço rural como turismo rural. Verbole (2002), Baidal (2000), além dos documentos oficiais da União Européia, não estabelecem tal distinção. Silveira (2001) aponta os três aspectos que definem o turismo rural na Comunidade Européia: o turismo rural é um

O programa Leader I, iniciado em 1991, objetivou ajudar os agentes do mundo rural a considerar as potencialidades a longo prazo das respectivas regiões, e marcou o início de uma nova abordagem da política de desenvolvimento rural, que visa ser territorial, integrada e participativa. (VERBOLE, 2002).

¹³⁹ Em interioranos espaços rurais tradicionais, “o turismo passa a ser representado como potencial de desenvolvimento econômico regional. Assim, de produto do desenvolvimento ele passa a ser seu possível produtor” (BENEVIDES, 2002, p. 105).

conceito amplo que engloba não apenas o gozo das férias em fazendas, mas qualquer outra atividade turística que ocorre no campo; o turismo rural recobre, igualmente, toda atividade turística no interior do país; o turismo rural é um conceito que abarca toda a atividade turística endógena suportada pelo ambiente humano e natural.

Apesar de o conceito de turismo rural na Europa abranger qualquer prática turística no espaço rural, autores europeus como Vaz¹⁴⁰, Zarga¹⁴¹ e Cals, Capellà e Vaqué estabelecem uma diferenciação entre o turismo rural e o turismo no espaço rural. Cals, Capellà e Vaqué (1995 apud Silva, Vilarino e Dale, 2000) entendem por turismo no meio rural ou turismo em áreas rurais a totalidade dos movimentos turísticos que se desenvolvem no meio rural. Por conseguinte, o Turismo Rural seria restrito às atividades que se identificam com as especificidades da vida rural, seu hábitat, sua economia, sua cultura. Os autores também atentam para o fato de muitas atividades que se apresentam como produtos turísticos do meio rural utilizarem o meio rural apenas como base física.

No contexto brasileiro, Bricalli (2005, p. 41) afirma que “todos os empreendimentos que proporcionem lazer, recreação, descanso ou qualquer outra atividade ligada ao turismo, desde que estejam localizados em áreas rurais, podem ser classificados como turismo no espaço rural”¹⁴², de modo que o turismo no espaço/meio rural abrange diversas modalidades turísticas.

Segundo Campanhola e Graziano da Silva (2000, p. 147),

O turismo no meio rural consiste em atividades de lazer realizadas no meio rural e abrange várias modalidades definidas com base em seus elementos de oferta: turismo rural, turismo ecológico ou ecoturismo, turismo de aventura, turismo cultural, turismo de negócios, turismo jovem, turismo social, turismo de saúde e turismo esportivo.

Quando se fala em turismo no meio rural, estão incluídas, portanto, todas as modalidades turísticas praticadas nesse espaço, independentemente da motivação e das atividades envolvidas. Assim como o termo *turismo no meio rural*, outros autores preferem utilizar o termo *turismo no espaço rural* ou *turismo em áreas rurais*, expressões que, em nossa opinião, são sinônimos¹⁴³.

No que tange ao conceito de *turismo rural*, concordamos com Silva e Almeida (2002) quando estes percebem o turismo rural como uma modalidade mais restrita que o turismo no espaço rural, pois estaria reservado apenas para os casos em que as atividades rurais tradicionais (agricultura, extrativismo e pesca) desempenham algum

¹⁴⁰ Vaz (1999 apud Silveira, 2001) também vê o turismo rural como algo específico do modo de vida rural, classificando-o como o conjunto de atividades que compõem a vida no campo, envolvendo a experiência do dia-a-dia nas fazendas, o convívio com camponeses, a montaria de cavalos, as plantações, as pastagens, o sabor dos alimentos comidos diretamente da fonte.

¹⁴¹ Zarga (2001 apud Bricalli, 2005, p. 43) afirma que o turismo rural é “uma atividade que se realiza no mundo rural, composta por uma oferta integrada de ócio dirigida a pessoas interessadas pelo entorno autóctone, pelas atividades rurais e que tenham uma inter-relação com a sociedade local.”

¹⁴² Os hotéis-fazenda, spas, ecolodges seriam exemplos de empreendimentos turísticos no espaço rural que não apresentam atrativos e equipamentos característicos do rural.

¹⁴³ Bricalli (2005) também adota o *turismo no meio rural* e o *turismo em áreas rurais* como sinônimos.

papel na visita. Tulik (2003) reforça essa idéia, ao colocar que o turismo no espaço rural consiste em qualquer manifestação do turismo nesse meio, enquanto turismo rural deve estar relacionado ao meio e à produção rural.

Beni (2002, p. 31) conceitua o turismo rural como o “deslocamento de pessoas para espaços rurais, em roteiros programados ou espontâneos, com ou sem pernoite, para fruição dos cenários e instalações rurícolas”. O pesquisador brasileiro aplica o conceito de turismo ao rural, e destaca a paisagem e os equipamentos rurais como principais motivadores das viagens.

Rubelo e Luchiari (2005) também apresentam um conceito de turismo rural próprio e bastante abrangente, entendendo-o como:

[...] a somatória de possibilidades que permite ao turista conhecer as práticas sociais das famílias rurais, a cultura rural, o contato com as atividades do campo, com a natureza, com a herança material, expressa ainda nos objetos utilizados para desenvolver as atividades de produção agrícola, e o saber local. (p. 214).

Carla Novaes (2004, p. 5) apresenta a definição de turismo rural da Organização Mundial do Turismo (OMT), que também destaca o turismo como atividade complementar e integrada à agropecuária. “O Turismo Rural refere-se a lugares em funcionamento (fazendas ou plantações) que complementam seus rendimentos com algumas atividades turísticas, oferecendo geralmente alojamento, refeições e oportunidades de adquirir conhecimentos sobre as atividades agrícolas.”

Desta forma, a considerar os autores citados acima, o turismo rural está necessariamente vinculado às características do meio rural (produção agrícola e/ou pecuária, paisagens rurais com vegetação nativa e secundária, arquitetura rural, o contato direto com o modo de vida dos habitantes do campo e com os animais, a culinária da “roça”, entre outras).

Por conseguinte, os empreendimentos que nada têm a ver com a prática e o conteúdo rural, mas que estão inseridos no espaço rural, fazem parte do turismo no espaço/meio/área rural e não do turismo rural.

Considerando o amplo debate sobre a conceituação do turismo rural, a Embratur também teve dificuldades em estabelecer um marco conceitual oficial para o turismo rural brasileiro. Tulik (2003) afirma que, em 1994, a Embratur adotou o turismo rural como um conceito múltiplo, e de certa forma confuso, pois abrangeria o turismo diferente, de interior, doméstico, integrado, endógeno, alternativo, agroturismo e turismo verde¹⁴⁴. O principal objetivo do turismo rural no Brasil seria gerar emprego e renda com vistas ao desenvolvimento local.

¹⁴⁴ Não estabeleceremos aqui uma discussão sobre essas modalidades turísticas, porém temos questionamentos em relação ao que cada uma significa especificamente, sobretudo *turismo diferente, integrado e verde*. Enfocaremos apenas o conceito de *agroturismo*.

Um conceito apresentado pela Embratur em 1998 entendia o turismo rural como o “conjunto de atividades turísticas desenvolvidas no meio rural, comprometido com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade”. (EMBRATUR, 1998, p. 14). O turismo rural seria, portanto, uma atividade complementar às atividades agrícolas e/ou pecuárias, que estaria contribuindo para a dinamização econômica do espaço rural, e para a valorização da cultura e da natureza.

Tulik (2003, p. 74) afirma que, em 2002, houve uma mudança no conceito de turismo rural da EMBRATUR, que passou a ser considerado “um segmento do turismo que proporciona conhecer, vivenciar e usufruir as práticas sociais, econômicas e culturais próprias do meio rural de cada região de forma sustentável”. Mesmo com a mudança conceitual, o turismo rural se manteve vinculado às práticas rurais, e não somente ao espaço rural, mostrando que a existência ou manutenção das atividades agropecuárias são elementos fundamentais para caracterizar o turismo rural. Ademais, este conceito de 2002 passa a fazer referência à sustentabilidade no turismo, demonstrando a força da ideologia do turismo sustentável e, conseqüentemente, do desenvolvimento sustentável, cada vez mais utilizada na retórica de governos, empresas, políticos, e outros atores.

O conceito de Turismo no Espaço Rural também é adotado pelo governo federal, e abrangeria todos “os equipamentos localizados na área rural que desenvolvem atividades de lazer, recreação, esportivas, de eventos, não apresentando, necessariamente, vínculo com a produção agropecuária e a cultura rural.” (PNTRAF, 2004, p. 7).

Além de todo o debate em torno dos conceitos de turismo no espaço rural e turismo rural, o conceito de agroturismo também se apresenta como fundamental para a diferenciação das atividades turísticas realizadas no meio rural.

De forma geral, entendemos que o agroturismo apresenta todos os atributos do turismo rural, sobretudo pelo fato de ser uma atividade realizada no espaço rural, e ter como principais atrativos as atividades agropecuárias, os produtos paraagrícolas e o modo de vida rural. Ocorre, porém, que o diferencial do agroturismo em relação ao turismo rural diz respeito à participação direta e/ou indireta do turista em atividades comuns dos agricultores, como plantio, colheita, ordenha, entre outras. Nesse sentido, toda a oferta de agroturismo poderia ser classificada como turismo rural, porém nem toda a oferta de turismo rural pressupõe a existência do agroturismo.

Beni (2002, p. 32) apresenta o seguinte conceito de agroturismo: “[...] deslocamento de pessoas para espaços rurais, em roteiros programados ou espontâneos, com ou sem pernoite, para fruição dos cenários e observação, vivência e participação em atividades agropastoris.” Comparando os conceitos atribuídos por Beni de turismo rural e de agroturismo, a única inserção feita para o agroturismo diz respeito à vivência e participação dos turistas em atividades agropastoris.

Beni (2002) afirma, contudo, que dois aspectos distinguem o agroturismo do turismo rural:

1. A produção agropastoril é a maior fonte de renda da propriedade de agroturismo, de modo que o turismo gera uma receita complementar.
2. As próprias atividades agropastoris constituem o principal diferencial turístico, de modo que o turista pode participar ou não da rotina da propriedade.

No que tange à idéia do turismo como fonte de renda complementar às atividades agrícolas, os conceitos de turismo rural da OMT e da Embratur apontam para esse princípio. Apesar de ambas as instituições não apresentarem um conceito específico de agroturismo – dando a impressão de entenderem este como sinônimo de turismo rural – elas consideram que a complementaridade com as atividades agropecuárias deva fazer parte do turismo rural¹⁴⁵.

Se partirmos do princípio de que, no turismo rural, para se diferenciar do turismo no espaço rural, deva haver uma interação com as atividades e os estilos de vida característicos do rural¹⁴⁶, isto é, com elementos de ruralidades, pressupomos também que a manutenção de atividades agrícolas ou pecuárias seja fundamental para a própria existência do turismo rural.

Mesmo em empreendimentos turísticos rurais altamente tecnificados, como um haras, uma fazenda experimental ou um pesque-pague, algum tipo de atividade agropecuária é mantido. Assim, podemos afirmar que a complementaridade com atividades agropecuárias deve fazer parte de qualquer oferta de turismo rural, mas tais atividades podem ser ou não os principais atrativos do turismo rural. Ademais, diversos empreendimentos possuem cultivos e animais para servir ao turismo (seja como atrativo ou como alimento), mas podem não ter as atividades agropecuárias como a principal fonte de renda.

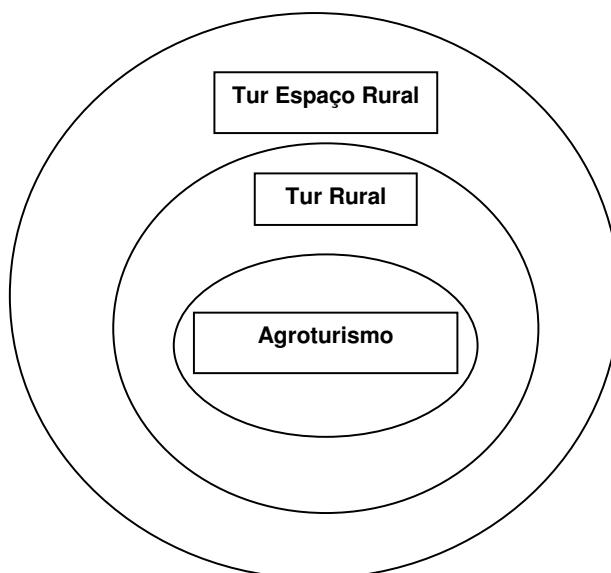
Já no agroturismo, as atividades agropecuárias, além de antecederem o turismo, são os grandes atrativos turísticos. Para Bricalli (2005), o agroturismo está intimamente relacionado às atividades agropecuárias da propriedade, e aquelas que ofertam essa modalidade costumam ser pequenas (até 50 ha) e de estrutura familiar. Não obstante, concordamos com Beni (2002), que no agroturismo deva haver complementaridade com as atividades agropecuárias, pois, além de estas se constituírem nos principais atrativos do agroturismo (seja através do contato com plantações e animais, da oferta de refeições, ou da compra e consumo de produtos alimentares *in natura* ou processados), geralmente garantem a sobrevivência dos agricultores e de suas famílias, principalmente nos períodos de pouca visitação.

¹⁴⁵ Todavia, entendemos que essa preocupação dos órgãos oficiais de turismo está vinculada principalmente ao interesse em manter as atividades características do rural como mercadorias para o turismo rural.

¹⁴⁶ Conforme indicam todos os autores usados acima para conceituar o turismo rural.

Desta forma, podemos afirmar que, assim como o turismo rural faz parte de algo mais amplo, que é o turismo no espaço rural, o agroturismo se constitui em uma submodalidade do turismo rural. A esquema 1 busca ilustrar essa questão.

Esquema 1 – Hierarquia do Turismo no Espaço Rural



Org.CANDIOTTO, L. Z. P. (2006)

Silva; Vilarino; Dale (2000) utilizam o conceito de agroturismo como sinônimo de turismo rural, fato que consideramos questionável, pois entendemos que o agroturismo tem mais especificidades que o turismo rural. Os autores consideram que o agroturismo seria uma estratégia de diversificação produtiva das propriedades rurais, através de atividades internas à propriedade e ao modo de vida rural, que geram ocupações complementares às atividades agrícolas. Como exemplos, citam a fazenda-hotel, o pesque-pague, a fazenda de caça, a pousada, o restaurante típico, as vendas *diretas do produtor*, o artesanato, a valorização da paisagem, e a industrialização caseira.

Carla Novaes (2004) busca estabelecer um debate em torno da conceituação sobre o turismo rural, porém não avança muito, pois diferencia turismo no espaço rural de turismo rural, mas, assim como Silva; Vilarino; Dale (2000), vê o turismo rural e o agroturismo como sinônimos.

Verbole (2002) ressalta o envolvimento dos proprietários dos empreendimentos em atividades agropecuárias, mas não vincula o agroturismo à participação do turista em tais atividades. Para o autor, os empreendedores do agroturismo devem ser agricultores¹⁴⁷. Como Verbole é europeu e chama de turismo rural qualquer atividade turística realizada

¹⁴⁷ "O agroturismo se refere a todas as formas de turismo diretamente relacionadas ao ambiente agrário, produtos ou habitações agrárias. Os provedores desse produto turístico estão diretamente engajados na agricultura." (p. 121).

no espaço rural, seu conceito de agroturismo parece ser similar ao conceito de turismo rural utilizado no Brasil e oficializado pela EMBRATUR, pois o autor destaca a existência de alguma atividade agropecuária como elemento definidor do agroturismo. Entendemos que todos os empreendimentos de agroturismo devem possuir atividades agropecuárias, mas o principal elemento caracterizador desta modalidade estaria no uso das atividades agropecuárias e do estilo de vida do agricultor como os principais atrativos, e na participação direta ou indireta dos turistas em tais atividades.

Apesar de também usar o termo turismo rural como sinônimo de turismo no espaço rural, Baidal (2000) apresenta uma definição de agroturismo distinta da de Verbole, pois considera a participação do turista em atividades agropecuárias, e acrescenta a oferta de pernoite na propriedade rural como uma exigência básica para se afirmar a existência do agroturismo¹⁴⁸. Para Baidal, o agroturismo

[...] se fundamenta no desfrute de experiências ligadas a uma exploração agrícola ou pecuária. É o próprio agricultor quem aloja o turista (em sua própria residência ou em edificações já existentes adaptadas para pernoites), e este participa das tarefas agrícolas ou pecuárias, ativamente ou como expectador. (p. 76)

Ao pesquisar uma experiência de agroturismo no Estado do Espírito Santo, Portuguez (1999) definiu o mesmo como:

[...] a modalidade de turismo em espaço rural praticada dentro das propriedades, de modo que o turista e/ou excursionista entra, mesmo que por curto período de tempo, em contato com a atmosfera da vida na fazenda, integrando-se de alguma forma aos hábitos locais. (p. 77).

Portuguez não enfatiza a participação direta ou indireta do turista em alguma atividade agropecuária como um elemento definidor do agroturismo, falando apenas de contato e integração com os hábitos locais. Dependendo do tipo de estabelecimento rural, seja uma pequena propriedade familiar, uma chácara de lazer, uma propriedade com culturas integradas ou até uma fazenda de monocultura, a atmosfera da vida e os hábitos locais serão bem diferentes, de modo que fica difícil afirmar que todos esses tipos de estabelecimento oferecem o agroturismo. Entendemos, pois, que Portuguez apresenta uma proposta conceitual de agroturismo limitada, que seria mais próxima do conceito de turismo rural.

Campanhola e Silva (2000) também apontam que o agroturismo se refere às atividades turísticas que ocorrem no interior das propriedades que desenvolvem atividades agropecuárias. Na tentativa de estabelecer um conceito adaptado à realidade brasileira, os autores vêem o agroturismo relacionado à:

¹⁴⁸ Como a pernoite é um dos principais elementos que diferenciam o turismo do lazer, a oferta de pernoite pressupõe que o empreendimento oferece turismo. Já aqueles empreendimentos que não oferecem pernoite não poderiam ser considerados empreendimentos turísticos, mas, sim, empreendimentos de lazer. Ao considerar as visitas sem pernoite como turismo, a conceituação de turismo rural e de agroturismo proposta por Beni (2002), é passível, portanto, de questionamentos.

Atividades internas à propriedade, que geram ocupações complementares do cotidiano da propriedade, em menor ou maior intensidade, sendo parte de um processo de agregação de serviços aos produtos agrícolas e bens não materiais existentes nas propriedades rurais (paisagem, ar puro, etc.), a partir do "tempo-livre" das famílias agrícolas, com eventuais contratações de mão-de-obra externa. (CAMPANHOLA; SILVA, 2000, p. 148).

Apesar de destacarem a complementaridade do turismo em relação às atividades agropecuárias, os autores também não apontam, como elemento definidor, a participação dos turistas em tais atividades. Assim, não percebemos uma clara distinção em relação ao turismo rural. Todavia, a ênfase dada às famílias agrícolas como receptoras do agroturismo abre uma nova frente de debate, vinculada à viabilidade e às consequências da inserção de agricultores familiares na oferta do turismo rural e, mais especificamente, do agroturismo¹⁴⁹.

Tulik (2003) aponta que toda a referência teórica do agroturismo também é européia, porém, como vimos nas definições de Verbole (2002) e Baidal (2000), existem diferenças significativas nas conceituações em torno do agroturismo na Europa. Com base na literatura européia, com destaque para o trabalho de Martín Gil de 1997, Tulik (2003) apresenta os princípios que devem nortear o agroturismo:

- atividade agrícola e/ou pecuária na propriedade;
- turismo como atividade complementar da renda e das outras atividades agrícolas;
- organização e gestão familiar, sendo obrigatória a presença do proprietário;
- alojamento em propriedade rural integrado à moradia do proprietário, ou em apartamentos individuais remodelados ou construídos para este fim;
- alimentação baseada na cozinha tradicional do lugar e elaborada com produtos locais;
- eventual oferecimento de atividades alternativas de lazer e recreação no entorno da propriedade;
- participação do turista nas atividades rotineiras (cultivo e colheita, cuidados com o gado, preparação de alimentos tradicionais) ou, pelo menos, possibilidade de observação;
- contato direto com o meio rural e a população residente;
- caracterizado como um modelo difuso, em pequena escala, não congestionado, com aproveitamento máximo dos recursos existentes.

Consideramos que essa sistematização dos princípios do agroturismo feita por Tulik (2003) é extremamente pertinente para se pensar a definição de agroturismo no Brasil. Apesar de não concordarmos com a simples importação de conceitos elaborados

¹⁴⁹ Discutiremos esse assunto no decorrer do trabalho.

em realidades diferentes da brasileira, os princípios apresentados mostram algumas peculiaridades do agroturismo, sobretudo no que tange à participação do turista nas atividades da propriedade, o aproveitamento da culinária local, e o contato entre turistas e autóctones.

Bricalli (2005) procura avançar nas definições de turismo rural, sugerindo e aplicando três novas categorias dentro do turismo rural: o turismo rural familiar, turismo rural empresarial e turismo rural misto. Na categoria familiar *ideal*,

[...] a residência do empreendedor é no próprio empreendimento, a mão-de-obra utilizada nas tarefas é familiar, o estilo das edificações apresenta características rurais, os atrativos turísticos são locais e as atividades agrícolas se fazem presentes. (p. 66).

Já na categoria empresarial *ideal*,

[...] a residência do empreendedor é fora do empreendimento, a mão-de-obra utilizada nas tarefas é contratada, o estilo das edificações apresenta características urbanas, os atrativos turísticos são artificiais e as atividades agrícolas não existem. (p. 66).

As situações descritas por Bricalli (2005) como *ideais* estão situadas em extremos, podendo, na prática, ocorrer situações intermediárias. Para os empreendimentos que apresentaram características dos dois modelos, o autor usou, em seu estudo empírico, a categoria *turismo rural misto*¹⁵⁰.

Apesar de considerarmos pertinente a proposta de Bricalli (2005), acreditamos na existência de uma heterogeneidade muito maior entre os empreendimentos de turismo rural. Existem empreendimentos que não se encaixam totalmente nas categorias familiar e empresarial ideal, mas que podem ser considerados familiares e/ou empresariais. Da mesma forma, o autor atribui à categoria *misto* uma diversidade de empreendimentos que podem ter características bem diferentes. Um empreendimento pode ser classificado como familiar ou empresarial sem necessariamente apresentar todas as características apontadas pelo autor.

Em nossa opinião, o conceito de agroturismo permite incorporar grande parte dos agricultores familiares envolvidos com o turismo, pois, além da existência de atividades agropecuárias, os agricultores familiares costumam ter seus principais atrativos vinculados a tais atividades, seja por meio da observação e da participação em atividades agrícolas e pecuárias, da comercialização de produtos *in natura* e transformados, do uso de animais para atividades de lazer (pesca, passeios a cavalo, charrete, carro de boi), e do modo de vida rural tradicional, onde se planta e se vive da “terra”. Registre-se, no entanto, que também existem agricultores familiares que abrem suas propriedades por possuírem algum atrativo natural (cachoeiras, rios, escarpas, cavernas, matas), e que

¹⁵⁰ Ao aplicar essas tipologias em sete empreendimentos de turismo rural no município de Alfredo Chaves-ES, Bricalli (2005) verificou que quatro caracterizam predominantemente o turismo rural familiar, dois são empreendimentos de turismo rural empresarial e um foi classificado como misto, pois não possui atividade agrícola, o proprietário não reside no local e há contratação de mão-de-obra.

não aproveitam a demanda existente para valorizar suas atividades agropecuárias cotidianas. Estes agricultores não estariam ofertando agroturismo, mas o ecoturismo ou o turismo eco-rural, ambos inseridos no turismo no espaço rural.

Tessari (2001) elenca os seguintes objetivos do agroturismo: - promover a melhoria da vida da população rural, complementando a renda; - reduzir o fluxo e os efeitos do êxodo rural; - valorizar o potencial agrícola e turístico do campo; - reforçar a filosofia de um turismo que promova a conservação ambiental e a cultura regional.

Os objetivos apontados por Tessari demonstram que o agroturismo deve ter como maior beneficiária a população rural, sobretudo os agricultores. Não obstante, os projetos e políticas públicas de agroturismo devem ter como foco a melhoria da qualidade de vida do homem do campo, e não o atendimento aos anseios e imaginário dos turistas, fortemente influenciados pelo *trade* e pela mídia.

Ao analisar um estudo do CEPA (Centro de Socioeconomia e Planejamento Agrícola), órgão do Estado de Santa Catarina responsável por um levantamento dos empreendimentos de agroturismo no Estado, Moraes, Leite; Souza (2006) indicam as seguintes características utilizadas para definir o empreendimento agroturístico:

- o agricultor deve desenvolver atividades agropecuárias e residir na propriedade;
- a mão-de-obra familiar ocupada na atividade do turismo deve representar no mínimo 50% da mão-de-obra total no período de maior demanda turística;
- a renda das atividades agropecuárias deve ser igual ou maior a 20% da renda líquida anual da unidade familiar.

As características usadas pelo CEPA demonstram que o público-alvo para ofertar o agroturismo é constituído majoritariamente pelos agricultores familiares, aspecto já enfatizado anteriormente. Assim, quando se fala em turismo rural na agricultura familiar, há um destaque para o agroturismo como modalidade mais adequada à realidade dos pequenos agricultores.

Além desse debate sobre os conceitos referentes ao turismo rural que procuramos apresentar, é pertinente ressaltar o uso indevido dos termos turismo rural e agroturismo em empreendimentos que não oferecem pernoite. Geralmente há uma preferência de agências, empreendedores, comerciantes e políticos em enfatizar a comercialização de uma oferta de turismo rural e agroturismo, pois isso atrai mais os turistas em potencial. Todavia, a maior parte dos empreendimentos que dizem oferecer o turismo rural e o agroturismo, ao não ofertarem o pernoite, oferecem apenas o lazer ou o excursionismo.

2.3. O Incentivo ao Turismo no Espaço Rural e ao Turismo Rural na Agricultura Familiar

Como já mencionado, o turismo rural se apresenta – na retórica – como uma das modalidades turísticas “alternativas”, modalidade que, por sua vez, teria maiores possibilidades de se tornar um turismo sustentável. Essa exacerbação do turismo rural como uma atividade que, além de gerar lucro – objetivo principal de toda atividade econômica –, utilizaria de forma menos impactante os recursos naturais, valorizaria manifestações culturais e monumentos históricos, e seria um vetor de desenvolvimento local, teve como clara consequência o crescimento do incentivo público e privado para a implantação de empreendimentos, de roteiros e de circuitos de turismo rural em diversos lugares.

Segundo Baidal (2000), a percepção do turismo rural como fenômeno da moda gerou ficções, como a supervalorização do turismo como via para o desenvolvimento rural, e o turismo em espaços rurais como alternativa às modalidades de turismo tradicionais. O autor ressalta que o turismo pode ser um interessante fator de diversificação econômica rural, porém é preciso considerar as características de cada lugar e é preciso considerar como o turismo pode contribuir para seu desenvolvimento.

Utilizando os argumentos do governo federal, A. B. Rodrigues (2000) informa que a expansão recente do turismo rural é atribuída, sobretudo, por uma necessidade de diversificação da renda do agricultor através da oferta de produtos *in natura* ou processados; e por uma demanda urbana interessada pelos elementos culturais e naturais do meio rural.

Sabemos que as duas razões apresentadas por Rodrigues (2000) são pertinentes, porém, em nossa opinião, existem outros atores intermediários que estabelecem a ponte entre a oferta (agricultores e outros atores presentes no meio rural) e a demanda (turistas). Ademais, muitos desses atores – com destaque para aqueles vinculados ao *trade* turístico – não apenas intermedeiam o encontro entre turistas e autóctones, mas também produzem ou contribuem para a produção de novas destinações de turismo rural, bem como vendem os pacotes turísticos para o rural através do convencimento dos turistas sobre as vantagens e as peculiaridades do turismo rural.

Além dessas relações econômicas e sociais entre os atores envolvidos com o turismo rural, existem outros fatores que contribuíram para o crescimento do turismo rural em todo o mundo, como a maior tecnicização do espaço rural – que permitiu melhorias em infra-estrutura (estradas, meios de transportes, energia elétrica, saneamento, comunicações) e em equipamentos turísticos e de apoio ao turismo nos empreendimentos; e também o acesso a cursos de capacitação e a informação de técnicos (extensionistas rurais, técnicos agrícolas, etc.) sobre a viabilidade do turismo rural como alternativa complementar de renda para o agricultor.

Entendemos, no entanto, que o principal elemento motivador do crescimento do turismo rural reside na segmentação do turismo, segmentação que, por sua vez, é decorrente do regime de acumulação flexível e dos novos desafios para a manutenção da hegemonia do sistema capitalista. Apesar de parecer surgir como uma contraracionalidade, sendo amplamente incentivado como alternativa de desenvolvimento no próprio meio acadêmico, o discurso do turismo rural como vetor de desenvolvimento foi sendo apropriado pelos atores hegemônicos do capital, representados, sobretudo, pela OMT e pelas grandes corporações do *trade* turístico, configurando-se hoje como uma nova verticalidade.

Numa perspectiva diferente da nossa, Alves (2005) atribui à demanda, isto é, à sociedade, o maior impulso para a busca de formas de turismo com maior qualidade, como se, a partir da pressão da sociedade por um turismo menos impactante, surgisse toda a oferta de turismo rural, ecoturismo, entre outras modalidades “alternativas”. Para o autor, a percepção dos impactos negativos do turismo, o surgimento de uma nova demanda turística, e mudanças nas concepções de desenvolvimento são a base das transformações qualitativas do turismo. Esses três aspectos estariam ligados a uma mudança cultural, que passa a reivindicar a proteção do meio ambiente, as identidades locais e a valorizar o exótico, o diferente.

Acreditamos que esses movimentos apontados por Alves (2005) podem até nascer a partir da contestação de parte da sociedade, porém, logo que são vistos como lucrativos, são absorvidos pelo mercado, de modo que seus símbolos são apropriados, transformados em mercadoria e utilizados para a geração de lucros e acumulação de riqueza.

Sabemos que a cultura não é estática, e que as mudanças culturais são cada vez mais rápidas. Também não é nossa intenção minimizar o papel da sociedade na pressão por atividades menos impactantes e na busca de experiências turísticas de maior qualidade, porém não podemos ignorar a forte influência dos atores hegemônicos do capitalismo global, atores que, por meio da mídia e de suas normas e ações, determinam verticalidades que afetam todo o espaço geográfico, mas que, por sua vez, interagem com as horizontalidades presentes nos lugares. No caso do incentivo ao turismo rural, como negar o papel da OMT, da ONU, e das firmas transnacionais do *trade* turístico?

Ao referir-se ao turismo rural e a outras atividades econômicas que vão se inserindo no espaço rural, Silva; Vilarino; Dale (2000) levam em consideração a interação de qualquer lugar com a dinâmica do capitalismo globalizado, ao afirmar que o mundo rural começa a exibir formas sociais e econômicas de organização, porém tais formas estão

vinculadas à lógica do mercado global, e, portanto, não são endógenas e somente promovidas pela população rural¹⁵¹.

Considerando essa questão da interdependência entre as escalas geográficas, seja no turismo ou em qualquer outra atividade, podemos afirmar que não são somente a oferta nem a demanda, as maiores impulsionadoras do turismo rural. Essa oferta e demanda locais são influenciadas por normas e ações globais, nacionais, estaduais e regionais, que juntas e combinadas, são responsáveis tanto pelo incentivo quanto pelos impactos do turismo rural.

Além de todo o incentivo ao crescimento do turismo no espaço rural, amplia-se também a disseminação da retórica em torno da viabilidade do turismo rural na agricultura familiar. Assim, o vínculo entre turismo rural e agricultura familiar vem sendo discutido no mundo todo e também no Brasil.

Entendemos que, a partir do regime de acumulação flexível, justificado pela idéia do desenvolvimento sustentável e influenciado por outros fenômenos como: o interesse da população urbana pelo meio rural; a expansão dos mercados turísticos através da segmentação do turismo; a pluriatividade e a multifuncionalidade no espaço rural; além das dificuldades de sobrevivência das unidades de produção e vida familiares, diversas experiências de turismo no espaço rural e de turismo rural vêm sendo desenvolvidas.

As mudanças no rural, decorrentes principalmente da integração com mercados, refletem também na organização do trabalho familiar e no próprio modo de vida dos membros da família, de forma diferenciada. Nesse sentido, o consumo das famílias rurais é redefinido, de acordo às aspirações ao acesso a bens disponíveis, sejam eles materiais ou culturais (SAMPAIO, 2002). Desta forma, tais alterações levam o agricultor familiar tenha que se adaptar, criando e incorporando novas estratégias para garantir sua reprodução.

Dentro dessas estratégias está a inserção de agricultores familiares em atividades de lazer e de turismo, que vem sendo considerada vantajosa por parte de pesquisadores, e incentivada pelo poder público e pela iniciativa privada.

Para Bovo; Logato; Pimentel (2006), as vantagens potenciais do turismo rural na agricultura familiar seriam: - revitalização do espaço rural; - inserção competitiva de pequenas propriedades no mercado; - valorização da policultura; - emprego de mão-de-obra; - recuperação da auto-estima; - dinamização econômica local; - valorização da cultura; - preservação do meio ambiente.

Além da conhecida ênfase aos benefícios econômicos, socioculturais e ambientais, entre as vantagens apontadas, destacamos a perspectiva de inserção competitiva de pequenas propriedades no mercado, fato que, em nossa opinião, não contribui para a

¹⁵¹É por essa razão que estamos buscando nesse trabalho relacionar o local com o global e com outras escalas geográficas intermediárias, pois estas são interdependentes.

autonomia das famílias agricultoras, mas, pelo contrário, pode contribuir para aumentar sua dependência em relação aos mercados. Conforme levantado por Milton Santos (1996), a competitividade se apresenta hoje como uma forte arma a favor dos atores hegemônicos do capital, e sua disseminação é uma estratégia de expansão do capitalismo globalizado, que não se preocupa com o lugar e com seus habitantes.

Mesmo assim, o turismo rural na agricultura familiar vem sendo considerado uma das grandes alternativas de emprego e renda para as famílias rurais, tendo, atualmente, apoio institucional do governo federal, por meio do Programa Nacional de Turismo Rural na Agricultura Familiar (PNTRAF). Cabe ressaltar, no entanto, que tanto o turismo rural como o turismo rural na agricultura familiar são responsáveis por impactos positivos e negativos.

2.4. Implicações Socioespaciais do Turismo Rural e do Turismo Rural na Agricultura Familiar

O recente incentivo público ao turismo rural e as novas possibilidades de acumulação desta atividade, através da transformação dos produtos, das paisagens, das manifestações culturais, do modo de vida rural e dos elementos naturais em mercadoria, levaram à implantação dos mais variados empreendimentos públicos e privados de turismo no espaço rural, assim como de roteiros, de circuitos e até de *resorts* de turismo rural.

Esse crescimento das destinações de turismo rural foi impulsionado pela inserção de objetos técnicos no espaço rural, sobretudo pela maior infra-estrutura (vias de circulação, energia elétrica, comunicações, etc.), fundamentais para o desenvolvimento do turismo. Por conseguinte, os novos empreendimentos de turismo no espaço rural vêm contribuindo para a transformação e a densificação técnica do espaço rural, e, por conseguinte, para a complexificação de objetos, de atores e de ações no rural. Assim como todas as atividades econômicas, a oferta do turismo rural trouxe consigo consequências socioespaciais, chamadas também de impactos do turismo rural.

Considerando a tendência de crescimento da territorialização do turismo nos espaços rurais e a manifestação de impactos já existentes do turismo rural nos lugares, procuramos apresentar e discutir algumas implicações do turismo rural, com destaque para as famílias rurais agricultoras e suas unidades de produção e vida familiares (UPVFs). Partindo dos impactos identificados na literatura e em estudos empíricos, procuramos discorrer sobre a existência de um choque entre a racionalidade do agricultor e sua lógica de sobrevivência, com a racionalidade econômica global presente nos atores envolvidos com o *trade* turístico (empresários, operadores, guias, consultores, planejadores, etc.).

Um grave problema apontado por Cavaco diz respeito à implantação de destinações turísticas sem uma preocupação com questões de infra-estrutura e de equipamentos básicos, que devem existir antes e independentemente da atividade turística. A autora (1996) coloca que, para promover o lazer e o turismo, problemas básicos devem ser resolvidos, como a eletrificação, o abastecimento de água, o saneamento básico, a coleta de lixo doméstico, os serviços pessoais cotidianos e de saúde, e outros serviços de proximidade e acessibilidade¹⁵².

A junção dos impactos tradicionais do turismo, sejam eles ambientais, socioculturais, econômicos ou políticos, levaria à manifestação dos impactos socioespaciais do turismo. Estes possuem abrangências e intensidades diferentes, e também se combinam com outros impactos socioespaciais provenientes de outras atividades econômicas e sociais, anteriores e/ou posteriores à existência do turismo. Todavia nos ateremos aos impactos socioespaciais específicos do turismo rural.

Baidal (2000) afirma que a existência de impactos produzidos pelo turismo nos espaços rurais nos remete a um adequado planejamento e gestão da atividade, que permita prevenir e reconduzir os efeitos negativos que o desenvolvimento turístico pode provocar.

Sabemos da necessidade de planejamento e gestão do turismo no meio rural com o objetivo de reduzir seus impactos, porém, além das dificuldades e limitações do planejamento e da gestão, que costumam ser centralizados e setoriais, nos remetemos a Ouriques (2005), quando ele demonstra que a própria lógica de acumulação e crescimento econômico sem limites conduz a impactos socioespaciais indesejáveis, impactos que, por sua vez, são inerentes a qualquer atividade da economia capitalista. Assim, mesmo com um planejamento e uma gestão participativas e democráticas, a própria natureza da atividade turística desencadeia impactos socioespaciais. Além disso, mesmo havendo participação popular nas tomadas de decisões, determinadas intencionalidades irão sobressair-se sobre outras, no jogo determinado pelas relações de poder.

Tavalera (2002) afirma que o uso da participação como ferramenta impulsora do desenvolvimento, tem partido em várias ocasiões de uma idéia falsa e etnocêntrica do âmbito rural, isto é, conceber o campo e sua gente como homogêneos, com pouca iniciativa e, com pouca articulação social necessária para organizar-se, considerando a participação como um princípio de aplicabilidade transcultural.

¹⁵² Considerando a história do Brasil e sua situação atual, podemos afirmar que a maioria das destinações de turismo rural é implementada sem o atendimento a essas necessidades básicas da população local. Por conseguinte, além dos impactos socioespaciais já existentes, o turismo costuma trazer novos impactos. Alguns autores entendem que a chegada do turismo favorece a minimização destes impactos, pois obrigaria o poder público e a sociedade local a se organizar para receber os visitantes. Contudo, questionamos o fato do poder público apenas se preocupar com a solução de problemas básicos e fundamentais quando este vê a possibilidade de ampliar sua receita a partir do turismo.

A participação dos residentes deve ir além da mera consulta, de modo que estes devem ser informados sobre os possíveis custos e benefícios, e integrados no projeto e na tomada de decisões, considerando os costumes locais e a divisão sexual do trabalho. (p. 35).

No entanto, os custos (impactos) do turismo rural aos residentes, como a degradação ambiental e as transformações sociais e culturais, são ignorados no planejamento e não são divulgados para a sociedade. Assim, interessa divulgar o que é positivo e esconder os problemas, fato fundamental para a criação do imaginário do turismo rural como atividade sustentável.

Desta forma, ignorar os impactos socioespaciais do turismo rural implica deixar a população rural local à margem do processo de desenvolvimento econômico gerado pelo turismo, restando a essa os problemas sociais e ambientais decorrentes de atividades turísticas no espaço rural. Segundo a lógica economicista vigente, os habitantes do lugar precisam se adaptar aos ditames do negócio, tornando-se empreendedores. Ocorre, contudo, que a maior parte da população autóctone acaba trabalhando como empregados, enquanto predominam empreendedores exógenos e sem nenhuma identidade/territorialidade com o lugar, que acabam ficando com a maior parte dos lucros gerados pelo turismo.

Calatrava é outro pesquisador a questionar os benefícios do turismo rural para as populações envolvidas. “Há dúvidas se os objetivos básicos do turismo rural para as comunidades implicadas conseguirão ser atendidos, como rendas complementares, infraestrutura terciária, além de certo equilíbrio entre os sistemas ecológico, socioeconômico e cultural.” (CALATRAVA, 1993 apud FROELICH e RODRIGUES, 2000, p. 93).

Tavalera (2002) também ressalta que

[...] infelizmente nem tudo o que é ofertado sob o rótulo de turismo rural baseia-se nas premissas de responsabilidade e consciência do espaço em que se desenvolve a atividade, gerando uma série de efeitos não desejados nas áreas e populações receptoras. (p. 27).

No Brasil, Froellich e Rodrigues (2000) perguntam se, para além da geração de emprego e renda, o turismo rural conseguirá distribuir essa renda e reduzir as desigualdades socioeconômicas. Para os autores, a afirmação de que o turismo rural dinamiza áreas rurais deprimidas é baseada em expectativas e proposições e não em estudos empíricos aprofundados. É preciso, portanto, considerar que o turismo rural pode agravar os problemas dos agricultores familiares. Concordamos totalmente com essa ressalva de Froellich e Rodrigues, pois percebemos uma exacerbação da idéia de que o turismo rural na agricultura familiar é uma atividade promissora para as famílias rurais, pois além de beneficiá-las economicamente, é uma forma de turismo sustentável que contribui para o desenvolvimento sustentável.

Vieira, Almeida e Souza (2006) questionam os impactos positivos do turismo rural na geração de emprego e renda, e também afirmam que falta monitoramento das experiências para comprovar os efeitos econômicos propagados como positivos.

Pesquisando os impactos do turismo rural na Zona da Mata de PE, onde as grandes fazendas de cana-de-açúcar são os principais atrativos, Santo (2005) não verifica melhorias na qualidade de vida da população local e no próprio desenvolvimento econômico. Segundo ela, o modelo de turismo rural na zona da mata exclui a participação da população local e contribui para perpetuar o latifúndio.

[...] apesar de apregoada como opção de emprego e renda, a atividade nessa região vem reproduzindo mais uma forma de exclusão dos trabalhadores rurais, não contribuindo para a manutenção do homem do campo, nem para a melhoria da sua qualidade de vida. (p. 191).

Tulik (2003) alerta para a concorrência do turismo com as atividades agrícolas. A predominância do turismo frente às atividades agropecuárias tem como consequência imediata a descaracterização e a transformação do meio rural, além de muitas vezes ocorrer o abandono da atividade principal (agropecuária). Conseqüentemente, muitas práticas sociais e de trabalho passam a ser simuladas para o atendimento dos turistas, sobretudo em empreendimentos administrados por atores sem uma vivência com o meio rural.

Mais graves que a simulação das atividades agropecuárias apontada por Tulik são as mudanças nas atividades e nas territorialidades das famílias rurais, pois o abandono das práticas agrícolas, geralmente tradicionais e executadas por gerações anteriores, gera intensas implicações nas UPVFs e na estrutura das famílias.

Segundo Ribeiro (2000), os famosos benefícios econômicos do turismo rural podem desencadear pressões políticas visando sua expansão. O sucesso econômico pode atrair investidores, limitando as oportunidades e os benefícios para a população local, e subvertendo a concepção do desenvolvimento no meio rural.

Tavalera (2002, p. 31) assevera que

[...] modificações no valor de uso dos recursos podem desestabilizar socialmente a população, favorecendo poucos (maioria de investidores/empreendedores externos ao local) e prejudicando a população local, fato comum em qualquer desenvolvimento turístico. [...] A desarticulação do tecido social, juntamente com outras variáveis, como o envelhecimento da população, a perda de perspectivas individuais ou familiares, e a baixa qualificação profissional, condicionam e determinam o futuro de uma população.

Tavalera (2002) diz que o turismo rural supõe a mercantilização de um espaço já conhecido, com o objetivo de possibilitar o desenvolvimento de *hobbies* para a população urbana. O pesquisador (2000) entende que o cliente potencial do turismo rural é um neo-romântico desencantado com a sociedade urbana, mas que não renuncia seu cotidiano urbano.

Na visão de Baidal (2000), o espaço turístico é, antes de tudo, uma imagem, criada pelos turistas, e oferecida pelos organizadores de viagens. Adicionaríamos a essa constatação que não são apenas os turistas que criam as imagens do turismo, mas principalmente o *trade* turístico através do *marketing* e da propaganda veiculados nas mais variadas mídias. A imagem turística dos espaços rurais se fundamenta nas características tradicionalmente associadas ao mundo rural e facilmente identificáveis nas mensagens promocionais desse tipo de turismo.

Tavalera (2002) tece várias críticas à idealização do rural como espaço de tranqüilidade e à ideologia do turismo rural como vetor de desenvolvimento local. Para o autor, o estilo de vida rural consolidou-se como um atrativo, em virtude de estereótipos e perspectivas diferentes das do meio urbano. Também aponta que o turismo é condicionado pelas modas e estilos de vida preconizados em cada etapa histórica pela qual a sociedade ocidental passa, de modo que as imagens do rural bucólico partem da premissa de separação, cada vez mais radical e falsa, entre cidade e campo, refletindo o predomínio de um sistema urbano que atribui virtudes ao entorno rural.

Sabendo das dificuldades em delimitar o que é autêntico, Verbole (2002) aponta que a busca pela autenticidade pode conduzir a *museologização* das áreas rurais. Muitas vezes, as comunidades hospedeiras e os agentes do turismo procuram moldar as ilusões e expectativas dos turistas acerca da vida rural e “fantasiam” suas atividades para satisfazer os turistas.

Verbole (2002), Baidal (2000), Tulik (2003) e Tavalera (2002) são alguns autores que atentam para a transformação da cultura em mercadoria no turismo rural. Tavalera é um dos mais enfáticos e, além das citações acima, ainda afirma,

O turismo rural e outras formas de turismo alternativo promovem o consumo do cotidiano social, cultural e ambiental dentro do rol de produtos recreacionais. Esse cotidiano é comercializado, e para tanto, adornado, empacotado e vendido segundo um valor atribuído pelo mercado e seus agentes promotores. (p. 44).

O autor aponta, portanto, para a valorização do esteticamente belo, e que a conservação, a reabilitação ou o desaparecimento dos atrativos dependerá de sua relevância no contexto recreacional ¹⁵³. No final de seu artigo, Tavalera (2002) conclui:

A melhoria da qualidade de vida, a educação, a formação profissional, a recuperação e conservação devem ser metas do planejamento do turismo rural, e não manifestações de um discurso político-fictício. [...] Senão, estaremos criando, conscientemente, belas utopias e falsas ilusões de futuro. (p. 46).

Analisando experiências em Portugal, Cristóvão (2002) e Graça (2001) também questionam a exacerbação do turismo rural e apresentam críticas pertinentes sobre as

¹⁵³ [...] a contemplação da paisagem rural como museu vivo, do entorno físico intocável e dos espaços sociais como públicos, onde predominam os usos recreacionais sobre a produção tradicional e sustentada, fecha as portas para um desenvolvimento equilibrado das populações, mas, além disso, condena o recurso no qual este tipo de turismo está centrado. (TAVALERA, 2002, p. 44).

implicações socioespaciais dessa modalidade turística. O meio rural depende cada vez mais de fatores externos (macroeconômicos) e, com o turismo, esta dependência tende a aumentar, pois ampliam-se as relações capitalistas até do pequeno agricultor. Assim como Tavalera (2002), Cristóvão (2002) vê o turismo rural condicionado pelo interesse dos cidadãos pelo espaço rural¹⁵⁴.

No contexto brasileiro, alguns autores tecem críticas aos impactos do turismo rural na paisagem e na cultura local de seus habitantes. Assim como Harvey (1989) e Carlos (1996), Weissbach (2005, p. 298) aponta que “o exagerado espírito comercial faz com que, às vezes, a cultura não passe de um simulacro para o turista ver.” Freitas (2002) destaca a influência de valores urbanos na paisagem rural a partir do turismo, haja vista que a procura pelo turismo rural cria não só um cenário artificial, como também exige novas construções para atender aos anseios dos turistas, geralmente provenientes das cidades, de modo que o conforto e as facilidades da vida urbana são transferidos para o rural. Para a autora, a partir do consumo do espaço rural via turismo, há uma normatização de atitudes e práticas. Weissbach (2005) também afirma que propriedades rurais abertas ao turismo incorporam hábitos e tecnologias urbanas, Barreto Filho et al. (2006), fala do caráter urbanizador de algumas propostas de turismo rural.

As implicações do turismo rural no Brasil não deixam de ser similares a algumas consequências já verificadas na Europa. Graça (2001, p. 42) coloca que o turismo no espaço rural português “é uma atividade elitizada, caracterizada pela quase total ausência de complementaridade com a agricultura e pouco enraizada localmente.”¹⁵⁵

Prosser (1994 apud Tavalera, 2002) afirma que, para não saturar o destino, busca-se atrair as elites, não permitindo o uso turístico a classes menos favorecidas. Assim, o aumento dos preços é uma das opções mais utilizadas para barrar o aumento do fluxo de turistas, caracterizando uma clara segregação socioeconômica.

Tanto Graça quanto Prosser destacam a elitização do turismo rural na Europa, fato que reafirma a idéia de transformação da natureza e da cultura em mercadorias, bem como o uso restrito dessas áreas pelas pessoas que podem pagar por ela. Assim, o turismo rural também vem se configurando como uma modalidade segregadora, demonstrando que, na prática, as formas “alternativas” de turismo, ao serem gerenciadas dentro da mesma lógica do turismo convencional, desencadeiam impactos similares a outras modalidades turísticas tradicionais.

Não obstante, a gestão dos empreendimentos de turismo rural geralmente é feita pelo proprietário. Como os proprietários não são atores homogêneos, é preciso levar em

¹⁵⁴ [...] é clara a tendência para o mundo rural se transformar em objeto de consumo para cidadãos, o que, embora criando oportunidades de desenvolvimento, coloca a economia rural numa posição de cada vez mais dependência de fatores e atores exógenos. A nova identidade rural é, na essência, moldada pelas procuras urbanas. (CRISTOVAO, 2002, p. 107).

consideração a origem e as intencionalidades de cada proprietário com seu empreendimento. A partir de uma pesquisa realizada no Estado de São Paulo, Oliveira (2001 apud Tulik, 2003) apontou três grupos de proprietários e propriedades rurais vinculados ao turismo rural:

- autêntico: produtor rural reside na propriedade e tem o turismo rural como atividade principal ou complementar;
- sazonal: proprietário, geralmente turista e de elevado nível sociocultural, que transformou sua residência secundária num empreendimento de turismo rural;
- investidor: proprietário sem vínculo com o meio rural, que adquiriu a propriedade para transformá-la numa oportunidade de negócio.

Dos três grupos citados, entendemos que apenas o primeiro, chamado de autêntico, já possui suas origens no campo e depende da agricultura para sobreviver¹⁵⁶. Por conseguinte, neste grupo estariam incluídos os agricultores familiares, que são tidos como os grandes beneficiários em potencial do turismo rural e, principalmente, do agroturismo.

Entendendo que o agroturismo apresenta especificidades como a dependência das atividades agropecuárias, podemos afirmar que as pequenas unidades de produção familiares se constituem nas propriedades com maior aptidão ao agroturismo, pois têm como principal atividade a agricultura e/ou pecuária, carregam consigo o modo de vida rural tradicional, possuem gestão e trabalho familiar, e são empreendimentos que possibilitam um contato direto com o homem do campo e seu cotidiano.

Todavia, os impactos do agroturismo em unidades familiares parecem ser mais intensos do que em médias ou grandes propriedades rurais altamente tecnicizadas, pois o agricultor familiar se apresenta como uma categoria social diferenciada, sobretudo por ser proprietário da terra, possuir poucos assalariados, e ter uma relativa autonomia no que tange à gestão da propriedade.

Tratando especificamente das implicações do agroturismo na agricultura familiar, que não fogem muito das próprias implicações do turismo rural, nos remetemos a pesquisas no Brasil.

Silva e Almeida (2002, p. 169) alertam para o fato de que “[...] o turismo implica em adaptações na vida de todos os membros da família. A decisão de implementá-lo depende da disponibilidade dos indivíduos alterarem os hábitos produtivos e de convivência”.

Ao se promover o turismo rural na agricultura familiar, é indispensável que a família deve ser alertada não apenas para os benefícios que a atividade pode gerar (como

¹⁵⁵ Fundamentada em pesquisas de Moreira, Graça aponta que a maioria dos promotores envolvidos com o turismo rural são profissionais liberais e do meio científico (40%), empresários (18%), trabalhadores qualificados (12%) e agricultores (5%).

geralmente ocorre), mas também pelos problemas e para as mudanças que podem ocorrer com a inserção no turismo, fato pouco trabalhado com as famílias rurais, pois os promotores/planejadores do turismo objetivam viabilizar a atividade, estando mais comprometidos com o retorno econômico do que com as condições de vida dos agricultores.

Ao pesquisar uma experiência de turismo em pequenas propriedades rurais de Taquari-RS, Jasper e Rocha (2006) mostram os seguintes benefícios do turismo rural na opinião dos agricultores familiares envolvidos: - aumento do valor da propriedade e da empresa; - divulgação dos produtos; - novos consumidores; - aumento da procura pelos produtos; - novos contatos.

Analisando seis propriedades rurais envolvidas com o projeto denominado "Caminhos das Pedras no Rio Grande do Sul", Silva e Almeida (2002) constataam que, para os agricultores, os principais benefícios foram o aumento de renda da família; o trabalho para os filhos; a permanência da população no distrito; valorização pessoal decorrente da perda de inibição frente aos visitantes; e autoconhecimento por meio de novas relações sociais. No que tange às mudanças positivas ocorridas na comunidade, estão: a volta da vitalidade da mesma comunidade; o resgate da auto-estima dos moradores; a criação de mercado para a produção local; a preservação do patrimônio e da cultura; e o fortalecimento das relações interpessoais.

Como principal mudança negativa, os agricultores apontaram o aumento do trabalho, que está vinculado a outras mudanças, como a redução no tempo de lazer; comprometimento das refeições em família; e prejuízos da privacidade. Outros aspectos interessantes da pesquisa de Silva e Almeida (2002) foram os seguintes: dentre as seis famílias dedicadas ao turismo, apenas duas conseguem manter a agricultura. Para tanto, recrutam elementos de outros núcleos familiares (filhos casados, irmãos, empregados). Duas famílias se dedicam somente ao turismo, por isso arrendam a área agrícola para terceiros. As demais não se envolvem com a agricultura.

Esses resultados demonstram a dificuldade em manter as atividades agropecuárias combinadas com a organização da propriedade para receber os visitantes, e indicam que, apesar de alguns benefícios para os agricultores e a comunidade, há uma tendência de secundarização da agricultura¹⁵⁷.

Na visão de Barreto Filho et al. (2006, p. 147),

Com a implantação do turismo na agricultura familiar preocupa a migração, mesmo que lenta, da atividade agropecuária típica da família para uma situação de dilapidação onde a propriedade rural perde sua

¹⁵⁶ Nos outros dois tipos de proprietários costumam predominar as urbanidades e, no tipo investidor, a racionalidade mercantil é marcante.

¹⁵⁷ Essa questão da secundarização da agricultura tende a ser um elemento que, em nossa opinião, não fortalece a agricultura familiar, pois não valoriza o agricultor como produtor de alimentos. No entanto, é preciso verificar empiricamente as consequências dessa secundarização.

identidade com a produção primária e fica voltada para a prestação de serviços no meio rural, alterando sua identidade.

Segundo Tulik (2000), quando o turismo começa a gerar renda superior à agricultura, o proprietário, sobretudo pequeno, deixa as atividades rotineiras para se dedicar à venda de produtos que, embora tipicamente rurais, não são produzidos por ele.

Acontecendo isso, o turismo rural, de alternativa complementar de renda, torna-se a atividade principal, e, ao invés de contribuir para a diversificação das atividades agropecuárias e para manutenção das famílias no campo, reduz as atividades somente para aquelas que, de alguma forma, são interessantes para o turista, e pode transformar os agricultores em empresários do setor turístico. Além disso, altera-se a configuração das paisagens e dos lugares, bem como os "serviços tradicionais" rurais, que podem deixar de ser atrativos, ou modificar-se a ponto de descaracterizar as práticas locais. Existem, portanto, limites para a afirmação do turismo como atividade complementar à agricultura, a partir do momento em que o turismo passa a ser visto como um único negócio e que as atividades agropecuárias são abandonadas.

Ao utilizar a constatação de Graziano da Silva et al. (1998), constatação de que o turismo rural é uma atividade que vem beneficiando os mais dotados dos meios necessários a seu aproveitamento econômico, Silva (2004) afirma que a participação dos agricultores familiares brasileiros em atividades de turismo rural é irrisória. Cavalheiro; Dullius; Froehlich (2006) pesquisaram oito empreendimentos de hospedagem no espaço rural e constataram que, apesar de todos terem menos de dez hectares, apenas um era de propriedade e administrado por um agricultor familiar.

Marafon (2006) coloca que o espaço rural se transforma em decorrência da valorização de seus aspectos naturais e a manutenção da produção agrícola familiar se torna importante para a disseminação da imagem do espaço rural e natural vendido ao turista. Apesar da valorização da imagem do rural e da agricultura familiar, o autor tece críticas a essa concepção e, a partir de pesquisa realizada na região serrana do Estado do Rio de Janeiro, demonstra que os agricultores familiares vêm sendo explorados no processo de implantação do turismo rural.

Campanhola e Silva (2000) elencam os problemas que podem advir com o agroturismo: 1) degradação ambiental (lixo, esgoto, barulho, depredação de patrimônios naturais, flora e fauna); 2) degeneração da cultura local, por interação da comunidade local com turistas de diferentes origens, aumento do trânsito de pessoas e mobilidade populacional; 3) aumento da demanda por serviços públicos, competindo com o atendimento da comunidade local; 4) inclusão e exclusão de áreas e regiões, podendo levar ao êxodo rural nas áreas excluídas; 5) aumento da criminalidade, uso de drogas e depredações do patrimônio público, por influência dos fluxos de populações urbanas no meio rural; 6) abandono das atividades agropecuárias; 7) aumento do custo de vida das

comunidades residentes, devido ao aumento no custo das mercadorias e serviços, e do preço da terra, resultante da especulação imobiliária.

Os impactos apontados pelos autores demonstram a complexidade do turismo e de suas implicações, pois envolvem questões ambientais, econômicas e socioculturais que tendem a afetar as áreas receptoras, ou seja, as comunidades e famílias rurais. No caso dos pequenos agricultores agropecuários, os mesmos autores percebem que as dificuldades para seu engajamento no agroturismo parecem ser maiores, e relacionam os principais obstáculos:

- Deficiência de capacitação para desenvolver atividades não-agrícolas;
- Díficil predisposição para agregar um negócio não agrícola dentro da propriedade, devido à tradição agrícola;
- Baixa capacidade econômica para assumir riscos;
- Dificuldade de acesso a programas do governo devido à falta de garantias para o setor financeiro;
- Pouca tradição de associativismo e cooperativismo, que para os pequenos é fundamental para o sucesso do empreendimento, sobretudo no marketing e comercialização;
- Dificuldade de acesso à informação mercadológica dos produtos turísticos;
- Baixo intercâmbio com agências operadoras. (CAMPANHOLA; SILVA, 2000, p. 164).

Apesar de concordarmos com os problemas evidenciados, as dificuldades dos pequenos agricultores apontadas por Campanhola e Silva (2000) demonstram a concepção de turismo rural dos autores como mais uma modalidade de turismo convencional, haja vista a ênfase nos aspectos econômicos e administrativos do turismo rural em pequenas propriedades. A integração dos agricultores ao *trade* é apontada como inevitável, necessária e positiva para o desenvolvimento do turismo rural. Apesar da longa trajetória dos autores em estudos agrários, estes parecem, contudo, ignorar certas especificidades dos pequenos agricultores/agricultores familiares, acreditando na viabilidade de transformação destes em empresários do turismo, e primando pela maior inserção destes na lógica mercadológica, aspectos criticados por Graça (2001), Tavalera (2002), Cristovão (2002), entre outros.

Em nossa opinião, a própria lógica do mercado, pautada na maximização constante de lucros, na competitividade, na profissionalização e no individualismo, não combina com as características econômicas e socioculturais dos agricultores familiares. É mais uma lógica capitalista que penetra no campo, utiliza o discurso de sustentabilidade e de melhorias para os agricultores familiares, mas que provavelmente beneficiará os promotores da atividade turística.

Vale destacar, ainda, mais um empecilho para os empreendedores rurais que dispõem de poucas condições financeiras, que é o que está relacionado, em muitos casos, à falta de mão-de-obra na propriedade rural. Para o turismo como atividade complementar, o agricultor terá que utilizar um tempo considerável além do tempo de

trabalho na agricultura. Existem possibilidades de faltar tempo para que o agricultor exerça as demais atividades rotineiras desempenhadas por ele na agricultura, o que pode afetar o desenvolvimento dessas atividades.

Bricalli (2005) constata que os agricultores familiares que passam a receber turistas não têm mais tempo livre para seu próprio lazer e de sua família, haja vista que a visitação ocorre majoritariamente nos fins de semana e feriados, enquanto os dias da semana são ocupados com as atividades agrícolas e com a preparação da propriedade para a recepção dos turistas.

Fundamentada na conceituação de turismo rural apresentada por Groulleau (1994), Carla Novaes (2004, p. 6) afirma que o turismo rural apresenta as seguintes funções: utilizar mão-de-obra, recursos e gestão local, além de ser uma atividade estratégica para a proteção ambiental do espaço rural; garantir a manutenção da família rural no campo e, conseqüentemente, a conservação das atividades agrícolas tradicionais; e estimular a preservação do patrimônio cultural, respeitando sua diversidade. Para Bovo (2005), o turismo rural tem objetivo de melhorar a qualidade de vida das pessoas da localidade.

Considerando as funções acima e a retórica presente na rede TRAF e no PNTRAF, podemos afirmar que o turismo rural tem como principal objetivo melhorar as condições de vida das populações rurais, seja através do aumento dos empregos e da renda, da proteção ambiental, da manutenção das atividades agropecuárias existentes, e da valorização cultural local. Ocorre, no entanto, que a implantação do turismo rural geralmente é feita a partir de uma lógica de desenvolvimento turístico que é determinada por atores vinculados ao *trade* turístico, de modo que diversos valores mercadológicos (competição, crescimento constante, capacitação e gestão empresariais) passam a ser disseminados para os agricultores como inevitáveis para o “sucesso” do empreendimento.

Nesse sentido, questionamos se os interesses do *trade* estão vinculados aos interesses dos agricultores com a abertura de suas propriedades ao turismo. Apesar de diversos autores justificarem que o turismo rural é uma alternativa de melhoria e de fixação do homem do campo no espaço rural, entendemos que, para o *trade*, o turismo rural não passa de mais um nicho de mercado a ser explorado. Assim, o *boom* do turismo rural no mundo interessa muito mais às empresas do *trade*, que passam a atuar na perspectiva de segmentação do turismo, do que aos agricultores, os quais, na retórica, são tidos como os maiores beneficiários da implantação do turismo rural, mas, no processo de implantação do turismo, são aqueles que mais sofrem com os impactos negativos da atividade turística.

Graça (2001) apresenta uma reflexão similar, entendendo que, na perspectiva do turismo e de seus agentes, há uma reinvenção do rural, onde o consumo turístico da genuinidade e da autenticidade é promovido e mediatizado por promotores externos

muito próximos do perfil dos visitantes. Nesse sentido, o espaço rural torna-se palco para a atuação de atores exógenos, enquanto a população rural tradicional é relegada aos ditames do *trade* turístico, tendo pouca participação no processo de tomada de decisões sobre seu próprio futuro.

Acreditamos que o *trade* turístico vê no espaço rural um novo receptáculo dos equipamentos e das atividades do turismo. As diversas peculiaridades e particularidades do rural – quando não se constituem em atrativos turísticos – vêm sendo ignoradas na gestão do turismo no meio rural, sobretudo quando o pequeno agricultor familiar é envolvido no processo. Assim, a lógica do mercado turístico penetra no meio rural com um único objetivo que é o lucro, modificando paisagens, territórios e a territorialidade dos agricultores familiares.

Desta forma, por um lado temos a busca de expansão dos mercados turísticos para o *trade*, onde o rural é visto como um nicho de mercado a ser explorado. Mesmo tendo suas peculiaridades, o turismo rural é pensado dentro da lógica do *trade* turístico. Por conseguinte, para desenvolver o turismo rural, além dos atrativos naturais e culturais já existentes, é preciso dotar esse rural de infra-estrutura, de equipamentos turísticos, de capacitação profissional, de visão empreendedora, entre outros fatores de cunho mercadológico que tendem a transformar e a complexificar o espaço rural, sobretudo no que tange aos interesses pelo rural e às novas relações de poder que são estabelecidas com a entrada do *trade*.

Por outro lado, emerge o discurso do turismo rural como alternativa para os agricultores e os moradores das áreas rurais, de modo que, com a implantação do turismo, seriam gerados empregos e renda para a população rural, contribuindo para a permanência dessa população no campo, a valorização da auto-estima dos agricultores, a diversificação das atividades na propriedade, a conservação ambiental, etc.

Não podemos negar que, tanto o discurso do rural como novo território para o *trade* turístico, quanto o discurso do turismo rural como alternativa de emprego e renda para os agricultores, ambos encontram-se imbricados, de modo que agricultores passam a incorporar a ideologia do turismo rural como alternativa, ao mesmo tempo em que o *trade* turístico passa a valorizar o modo de vida rural, historicamente tido como atrasado.

Mesmo sabendo das diferentes intencionalidades no que tange ao incentivo ao turismo rural, alguns elementos da retórica passam a ser adotados pelos diversos atores sociais envolvidos. Um deles diz respeito ao turismo como atividade complementar à agricultura, pois dissemina-se a idéia de que o agricultor deve manter sua produção e incorporar o atendimento ao turista como mais uma atividade. Aqui, percebemos que crescem as exigências com relação aos agricultores, que, além de produtores de alimentos, têm que se transformar em empresários com capacidade administrativa em um novo e diferente negócio.

Discordamos da idéia de que o turismo rural deve ser gerenciado pelo *trade* turístico. Entendemos que é preciso pensar o turismo rural a partir da realidade dos agricultores, e voltado à melhoria de qualidade de vida para as famílias rurais. O turismo tem que se adaptar ao meio rural, e não o meio rural ser adaptado para o turismo.

Em nossa opinião, há uma incompatibilidade entre os objetivos eminentemente econômicos do *trade* e os benefícios ambientais, socioculturais e econômicos do turismo rural para os agricultores. Mesmo sendo uma nova fonte de emprego e renda para as famílias rurais, o turismo rural usa o ambiente e a cultura rural como atrativo, e a partir da entrada de agências, operadoras, consultores, empresários externos, entre outros atores sociais, modifica a estrutura do rural e sua dinâmica socioespacial. Assim, mesmo valorizando e conservando o meio físico-biótico e paisagístico, ou seja, incorporando a variável ambiental, o turismo rural e o próprio agroturismo ainda não podem ser considerados sustentáveis, pois, de forma geral, continuam controlados e promovidos por sujeitos que concentram o lucro da atividade, em detrimento das comunidades autóctones, que, ao invés de se beneficiarem, são as mais afetadas com os impactos provenientes do turismo.

Apesar de uma maior preocupação com a conservação ambiental, valorização cultural, melhoria da infra-estrutura local e com algum retorno econômico para as comunidades autóctones receptoras, o turismo não vem alterando a concentração de renda, nem promovendo benefícios sociais estruturais, isto é, direcionados para a coletividade. Acreditamos ser importante buscar alternativas de turismo que tenham como objetivo as comunidades receptoras e a conservação ambiental, porém a lógica do sistema capitalista, regida por um mercado globalizado, concentrador e cada vez mais poderoso frente aos lugares, dificulta/impossibilita a operacionalização de experiências que realmente busquem minimizar as desigualdades sociais, conservar os ecossistemas, e possibilitar a autonomia das populações locais.

Como o lucro é o objetivo primordial, os benefícios ambientais e principalmente socioculturais ficam restritos ao discurso promocional. Apenas as áreas que possuem atrativos naturais ou culturais são conservadas, e quase não há retorno do lucro para a construção de obras de infra-estrutura coletivas, conservação de áreas de entorno (recursos hídricos, ecossistemas, biodiversidade), geração de empregos e outras melhorias sociais. Verifica-se, ao comparar o discurso com as experiências de implantação do turismo com base local, que há uma contradição entre o discurso do turismo como atividade sustentável e os objetivos dos promotores da atividade, eminentemente econômicos e corporativistas.

Desta forma, acreditamos ser complicado afirmar que existe ou que está sendo construído no Brasil um turismo sustentável, ou mesmo que existam práticas sustentáveis de turismo em lugares específicos, sobretudo em destinações de turismo rural. Para

afirmar que determinada experiência de turismo é sustentável, é preciso realizar uma análise consistente e detalhada desta, considerando a dinâmica espacial, os aspectos e impactos de ordem ecológica, sociocultural, econômica e política, bem como as premissas teóricas das idéias de desenvolvimento sustentável e, conseqüentemente, de turismo sustentável.

Apesar de estarmos distantes de um turismo com base local que possa ser sustentável, entendemos que é fundamental a continuidade dos esforços teóricos e práticos que possam subsidiar a efetivação de uma gestão turística no meio rural mais justa com os interesses coletivos. Para tanto, o planejamento do turismo de base local se faz necessário, tanto em áreas com alguma organização, que já recebem visitantes, como naquelas onde já existe oferta em potencial, atrativos naturais e uma visitação desordenada. Mesmo assim, voltamos a apontar que o maior problema não está na falta de planejamento e de gestão, mas, principalmente, nas intencionalidades particulares que predominam sobre intencionalidades coletivas, ou seja, nas relações de poder entre os atores sociais envolvidos, sobretudo aqueles que representam os interesses das corporações transnacionais e do capital financeiro globalizado.

2.5. Turismo Rural no Brasil e o Viés da Sustentabilidade

Em virtude da exacerbação recente do turismo rural como vetor de desenvolvimento, as políticas públicas destinadas a essa modalidade também são recentes, sobretudo no Brasil e em outros países periféricos que costumam copiar modelos utilizados nos países centrais, considerados mais desenvolvidos. Todavia, antes de abordarmos especificamente as políticas públicas para o turismo rural, faz-se necessário discorrer sobre as políticas públicas de turismo no Brasil.

Na visão de Benevides (2002, p. 102), as políticas públicas geografizadas instauram um novo sistema de objetos (e ações), pois os investimentos públicos “estabelecem os vetores concretos que condicionam o ordenamento, o controle e a valorização desses territórios”, favorecendo investimentos e atividades privadas.

Sob essa perspectiva, o Estado age como impulsionador de investimentos privados, criando políticas públicas que favorecem a privatização do território nacional. Mesmo assim, na retórica, o governo federal atribui ênfase à ideologia do desenvolvimento sustentável, e do turismo como um dos motores desse desenvolvimento.

O governo federal vem anunciando o fomento ao turismo como uma das armas a serem usadas no combate às desigualdades sociais e disparidades regionais existentes no território brasileiro, e como um dos instrumentos na busca do desenvolvimento sustentável do país. (SILVEIRA, 2002, p. 40).

Silveira (2002 e 2002a) parece acreditar no discurso oficial, afirmando que o turismo pode contribuir para o desenvolvimento regional e local, porém não aponta de

que forma o turismo seria um dos motores desse desenvolvimento. Numa perspectiva mais crítica, Benevides (2002) mostra que, apesar da retórica oficial, o turismo traz um pressuposto desenvolvimentista, incorporado nas novas políticas públicas de âmbito nacional, regional e local.

[...] o *status* do turismo como um dos setores prioritários para políticas públicas, [...] passa agora a receber relevância, por conta da atual reestruturação produtiva do capitalismo, configurador de uma nova divisão territorial e social do trabalho em escala global, ensejando a suas periferias uma participação ainda menor na produção industrial e nos serviços de alto conhecimento e tecnologia. (BENEVIDES, 2002, p. 107).

Resta, então, às periferias se agarrar no turismo como vetor de desenvolvimento, passando a buscar investimentos externos que viabilizem a atividade turística, sem questionar as bases dessa retórica. Assim como Benevides (2002), Ouriques (2005), Carlos (1996), A. M. Rodrigues (2000), entre outros, apresentam uma posição de destaque para a influência do capitalismo como fator determinante do turismo. Para Benevides (2002), no desenvolvimento do capitalismo, o turismo surge como consequência de amplas transformações anteriormente operadas em outros setores econômicos e em várias dimensões da vida social.

Nos dias atuais o turismo se apresenta como um setor estratégico em quase todos os países do mundo. Além de depender de toda uma infra-estrutura e dos investimentos privados, o desenvolvimento do turismo necessita de políticas públicas.

Becker (1996) faz um breve resgate das políticas públicas relacionadas ao turismo no Brasil, mostrando que a política nacional de turismo iniciou em 1958, com regulações feitas pelo governo Juscelino Kubitchek, ligadas à energia, transportes (popularização do fusca) e estradas. Em 1966, a EMBRATUR (Empresa Brasileira de Turismo) foi criada como autarquia, mas, como era o regime militar que governava o país, esta se manteve centralizada e controlada. Na década de 1980, houve uma liberalização do mercado turístico, e, em função do estreitamento entre os temas turismo e questão ambiental, a EMBRATUR lançou o turismo ecológico em 1987. A Constituição de 1988 delegou maior autonomia aos Estados e municípios, incentivando a descentralização¹⁵⁸, e, em 1992, o governo Collor implantou uma nova política nacional de turismo, fundada na descentralização, de modo que a EMBRATUR deixou de ser legisladora e executora do turismo, passando a ser coordenadora e indutora de atividades, dando maior poder aos Estados e municípios, e incorporando a iniciativa privada. O Plano Nacional de Turismo, de 1992, foi fundamentado na diversificação e na distribuição geográfica da infra-estrutura, que estava concentrada no Sul e Sudeste. Propôs pólos de turismo integrados, em novas áreas, associadas à expansão de infra-estrutura, estradas, aeroportos, etc.

¹⁵⁸ A Constituição coloca que “a União, Estados e Municípios promoverão e incentivarão o turismo como fator de desenvolvimento social e econômico.” Título III, Capítulo I.

Cruz (2002) afirma que há uma inação do Estado em relação ao turismo no Brasil, pois as políticas públicas de turismo foram historicamente negligenciadas. Apesar das normas federais estabelecidas para o turismo brasileiro, a autora considera que a legislação e a regulamentação do turismo abordam apenas aspectos parciais.

Para Cavalcanti e Hora (2002), o turismo se constitui em mais um setor onde as ações do Estado são isoladas. Todavia, tais ações têm como finalidade formalizar atividades capitalistas. Ao resgatar a trajetória das políticas públicas de turismo, os autores mostram como os investimentos em infra-estrutura urbana a partir da década de 1960 contribuíram para a ocupação e para o desenvolvimento turístico da zona costeira.

A história do desenvolvimento do turismo brasileiro foi toda favorável às grandes empresas estrangeiras, seja no período anterior à década de 1990, onde o Estado contribuía com investimentos em empreendimentos turísticos privados, seja no período mais recente, com o incentivo estatal às parcerias com o setor privado, justificadas pela retórica da descentralização.

Influenciado pelas determinações da afirmação do neoliberalismo com o consenso de Washington, em 1989, o governo Sarney, “lastreado pelo novo projeto político-ideológico e econômico, [...] liberou o mercado para o exercício e a exploração de atividades e serviços turísticos.” (p. 62). Em 1991, a Lei Federal nº 8.181 alterou a denominação da EMBRATUR (para Instituto Brasileiro de Turismo) e lhe atribuiu a responsabilidade de formular, de coordenar, de executar e de fazer executar a Política Nacional de Turismo (PNT). Com as novas competências da EMBRATUR, a expectativa era promover a passagem de um capitalismo tutelado pelo Estado para um capitalismo moderno, baseado na eficácia e na competitividade, onde o setor privado seria o motor central das atividades econômicas. (CAVALCANTI; HORA, 2002).

Segundo Cruz (2002), uma política de turismo de verdade, com objetivos e estratégias estabelecidas, surge apenas na década de 1990, no governo Fernando Henrique Cardoso, contudo a sustentação jurídica da Política Nacional de Turismo (1996-1999), foi aprovada durante o governo Collor.

A Política Nacional de Turismo implantada a partir de 1996 atribuiu ênfase na articulação entre governo e iniciativa privada. Cruz (2002) aponta os grandes programas nacionais de indução pública ao turismo:

- O Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT), criado em 1994, buscou atribuir aos municípios o papel de realizar inventários do potencial turístico e organizar a oferta turística municipal. Tal programa foi direcionado ao turismo interno/doméstico, abrangendo 1250 municípios (SILVEIRA, 2002), porém o governo federal centralizou todo o processo de capacitação de técnicos para a realização dos inventários.

- Os Programas de Ação para o Desenvolvimento do Turismo (PRODETUR) foram pensados para quatro regiões: Amazônia Legal-Centro Oeste, Sul, Sudeste e Nordeste, mas apenas as regiões Nordeste e Sul receberam investimentos. O primeiro a ser implantado foi o PRODETUR Nordeste, de 1991, com o objetivo de melhorar as condições de infra-estrutura básica. Já o PRODETUR Sul se concentrava no financiamento público (federal e estadual) de infra-estruturas turísticas.

- Programas de ecoturismo, com destaque para o Programa Parques do Brasil e PROECOTUR Amazônia, de 1990.

Fazendo uma análise destes programas, Cruz (2002) indica que falta articulação da Política Nacional de Turismo com outras políticas setoriais, pois o turismo movimenta 52 setores da economia, sendo dependente do setor de transportes, tendo relação com as cidades e a questão urbana, assim como com o meio ambiente, a cultura, a educação, etc. Como o turismo – e todos os outros setores da economia – está sujeito a influências de políticas globais, as ações governamentais vêm favorecendo a internacionalização de fluxos e de empreendimentos turísticos, e acabam perpetuando o modelo segregador do turismo no Brasil.

Na visão de Silveira (2002a), a Política Nacional de Turismo se fundamenta na descentralização das ações de fomento para o turismo e no envolvimento dos agentes que fazem parte do *trade* turístico – redes hoteleiras, empresas de transporte aéreo e de cartão de crédito, locadoras de veículos, restaurantes, agências e operadoras de viagens – além de outros atores, como universidades, governos estaduais e prefeituras, organizações empresariais, etc. Seu objetivo é melhorar a infra-estrutura turística e a qualidade dos serviços prestados, para assim poder atingir a competitividade, tornando o turismo capaz de atrair uma fatia maior do turismo internacional e fomentar o crescimento do turismo interno.

A citação acima reforça a visão de Cavalcanti e Hora (2002), que entendem a Política Nacional de Turismo como mais uma política pública de forte tendência neoliberal. Ao analisar o Plano Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT), que parece ser mais democrático e participativo, os autores mostram a concentração da metodologia e das oficinas de capacitação nas mãos da EMBRATUR; e o caráter mecânico e aleatório da descentralização, que desconsidera as condições específicas de cada realidade. Para eles, a condução do PNMT tem se revelado centralizada e autoritária, inibindo qualquer iniciativa criativa por parte dos Estados e municípios.

Pereira (1999) divide as políticas públicas de turismo em duas fases. Até o final dos anos 1980, quando predominava a verticalização, ou seja, a centralização no planejamento e na coordenação, e uma estrutura organizacional com ausência de representatividade. A partir da década de 1990, sobretudo com o PNMT, o setor de turismo busca se horizontalizar, através da integração entre os atores. Na concepção do

autor, o Estado, que vinha atuando como financiador, hoje atua mais como regulador. Mesmo assim, Pereira aponta o turismo como um dos setores mais propensos à privatização e à implantação da ideologia neoliberal, pois a iniciativa privada ampliou sua influência sobre o setor sem qualquer manifestação pública contrária.

Ao discorrer sobre o PNMT, Endres (2002) indica uma transição de condução do Estado no setor turístico, pois engloba características de um planejamento centralizado, mas também fala em redes políticas de negociação. A centralização vem do Comitê Nacional e dos Comitês Estaduais de Turismo, e do fato de o PNMT só se viabilizar com sujeição às normas da EMBRATUR. A descentralização vem dos Conselhos Municipais de Turismo¹⁵⁹.

Apesar de não estar restrita ao turismo internacional e de prever recursos para o incentivo ao turismo doméstico, na prática a PNT vem priorizando os maiores investimentos, geralmente estrangeiros. Silveira (2002a) constata o *boom* de empreendimentos privados no setor turístico nacional, sobretudo grandes cadeias hoteleiras internacionais e grupos empresariais nacionais, desenhando novas paisagens turísticas no território brasileiro.

Em virtude da mudança na condução do governo federal, ocasionada com a gestão do presidente Lula a partir de 2003, ocorreram algumas alterações na condução do turismo no Brasil. Todavia, tais mudanças apresentam um caráter mais normativo do que estrutural. Uma das alterações diz respeito à criação do Ministério do Turismo, até então Ministério do Esporte e Turismo. Devido à ênfase do governo Lula ao turismo como vetor de desenvolvimento, o mesmo passa a ter um Ministério próprio.

Ao fazer uma avaliação das ações do governo Lula no setor, Cruz e Sansolo (2004, p. 3) entendem que

[...] a criação de um Ministério do Turismo é, portanto, paradoxal: de um lado sugere que o setor está sendo elevado a um alto patamar de importância na administração pública; de outro, faz pensar que pelo fato de o turismo ser um tema inexistente ou periférico nos ministérios que têm ingerência direta sobre seu desempenho, a administração pública federal vê como única alternativa para tentar reverter este quadro criar um Ministério só para ele.

Os autores não atribuem tanta importância à existência de um ministério específico para o turismo, pois acreditam que o mais importante é a integração dos órgãos públicos gestores do turismo com os vários outros órgãos envolvidos. Para justificar sua posição, usam como exemplo a Alemanha, onde as políticas de turismo estão em constante comunicação com as outras políticas setoriais que têm qualquer ingerência sobre o bom desenvolvimento da atividade.

¹⁵⁹ Apesar de uma descentralização normativa, os conselhos municipais de turismo são paritários entre poder público e instituições não-governamentais representativas de setores políticos, econômicos e da sociedade civil. No entanto, há uma tendência de centralização das decisões e ações por aqueles atores com maior influência política, econômica e social, isto é, geralmente predominam as intencionalidades dos atores sociais com mais poder.

Por sua vez, o governo federal justifica a criação do Ministério do Turismo como órgão da administração direta, e articulador do turismo com os “demais Ministérios, com os governos estaduais e municipais, com o poder legislativo, com o setor empresarial e a sociedade organizada, integrando as políticas públicas e o setor privado.” (PLANO NACIONAL DE TURISMO, 2003, p. 11).

Ademais, o governo Lula afirma implantar “um novo modelo de gestão descentralizada com a reformulação do Conselho Nacional do Turismo e dos Fóruns Estaduais” (PNT, 2003, p. 7). Estes fóruns estaduais teriam uma representação nacional por meio do Fórum Nacional de Secretários e Dirigentes Estaduais de Turismo¹⁶⁰.

Apesar da existência dos Conselhos Municipais de Turismo desde a década de 1990, e de sua importância para o Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT), o atual governo substitui a ênfase na municipalização do turismo pelo incentivo à regionalização do setor, de modo que os municípios devem agora se organizar em consórcios e criar roteiros integrados. Não obstante, começam a surgir diversos roteiros, rotas e circuitos turísticos pelo Brasil, congregando um ou mais municípios.

A partir da criação do Ministério do Turismo, o governo Lula formula e apresenta já em 2003 o *Plano Nacional de Turismo: diretrizes, metas e programas (2003-2007)*. Mesmo com toda uma trajetória de luta e contestação ao domínio do mercado, o governo Lula adota fundamentos neoliberais em seu Plano Nacional de Turismo¹⁶¹.

Como colocam Cruz e Sansolo (2004), o governo Lula mantém uma perspectiva economicista para o turismo, e pensa o planejamento da cadeia produtiva do turismo desvinculado de algo mais complexo e importante, que seria o planejamento do território. Além disso, o governo alia aumento da competitividade – aspecto considerado por Milton Santos como um dos fundamentos da atual globalização excludente – com melhorias sociais e proteção ambiental, denotando o uso da retórica do desenvolvimento sustentável, e mascarando o viés neoliberal implícito em suas políticas públicas.

O aumento da competitividade do setor, o seu impacto na melhoria das condições de vida da população, a descentralização das decisões e o respeito ao meio ambiente, são pilares para a construção de um novo padrão de desenvolvimento, no qual todas as regiões possam crescer de forma integrada. (PLANO NACIONAL DE TURISMO, 2003, p. 19).

Ao fazer uma análise crítica do Plano Nacional de Turismo, Cruz e Sansolo (2004) consideram que, mesmo apresentando um Plano Nacional de Turismo – que deveria ser um produto da Política Nacional de Turismo (PNT) – o governo Lula não explicita qual a

¹⁶⁰ Ainda como parte da política de descentralização, os municípios serão incentivados a criar os Conselhos Municipais de Turismo e organizarem-se em consórcios para formar Roteiros Integrados, ofertando um conjunto de produtos turísticos, completando-se assim o sistema de gestão do turismo brasileiro. (PLANO NACIONAL DE TURISMO, 2003, p. 13).

¹⁶¹ O Plano Nacional deve ser o elo entre os governos federal, estadual e municipal; as entidades não governamentais; a iniciativa privada e a sociedade no seu todo. Deve ser fator de integração de objetivos, otimização de recursos e junção de esforços para incrementar a qualidade e a competitividade,

sua política para o turismo no Brasil, e segue as mesmas diretrizes neoliberais do governo FHC. Por sua vez, tais diretrizes são propagadas por instituições internacionais para os diversos países do mundo.

A partir de um resgate das políticas públicas de turismo no Brasil, percebemos a falta de preocupação com o turismo rural até o fim do século XX. Em contramão a isso, a partir da década de 1990, e mais enfaticamente com a chegada do presidente Lula ao poder em 2003, o governo passa a considerar o turismo rural como uma modalidade importante para o desenvolvimento do turismo brasileiro.

2.5.1. Políticas públicas para o turismo rural no Brasil

Se, como vimos, o Brasil carece de políticas públicas no setor do turismo, bem como de ações integradas com outros setores, no que diz respeito ao turismo rural as ações do governo federal são ainda mais incipientes e limitadas.

Sabemos que o *Programa Nacional de Municipalização do Turismo* (PNMT) contribuiu para a identificação de diversos lugares com potencial turístico, e para o crescimento do número de atrativos e empreendimentos turísticos públicos e privados no espaço rural. Além do PNMT, as *Diretrizes para uma Política Nacional de Ecoturismo*, elaboradas em 1994 pela Embratur, ao enfatizar e investir nas parcerias com o setor privado, também influenciaram o crescimento do turismo no espaço rural brasileiro, pois diversos atrativos e empreendimentos de ecoturismo encontram-se no espaço rural.

Para Silveira (2002a), somente após a instituição da Política Nacional de Turismo em 1996 é que se passa a dispor de alguns mecanismos que vão contribuir para fomentar o turismo no espaço rural brasileiro. Um exemplo é o PNMT de 1996; e a criação em 1998 de uma linha de crédito para o turismo rural dentro do Programa Agregar, financiado pelo Banco do Brasil.

Campanhola e Silva (2000) lembram que a Política Nacional de Turismo do governo FHC apresentava 23 programas, sendo que alguns têm relação com o agroturismo, como o PNMT e o *Programa do Turismo Rural Brasileiro*.

Campanhola e Silva (2000) apresentam os resultados da *Oficina de Planejamento para o Turismo Rural*, realizada em 1998 pela EMBRATUR. Entre as 12 propostas para implementar e viabilizar o turismo rural, estão questões normativas, de pesquisa e divulgação do turismo rural, a capacitação e organização social, crédito e parcerias. A referida oficina também atribuiu um forte papel ao poder público municipal como o agente promotor e mediador de todo o processo de implantação do turismo rural no Brasil, inclusive como responsável pela conscientização da comunidade local quanto às

potencialidades e às limitações do turismo no meio rural, fato que costuma ser negligenciado por aqueles interessados na atividade.

Apesar de não apresentar um programa específico para o agroturismo ou o turismo rural em pequenas propriedades agropecuárias, a oficina da EMBRATUR de 1998 reconheceu a necessidade de políticas específicas para o agroturismo, que estimulassem a valorização das atividades agrícolas por meio do processamento e da comercialização dos produtos na propriedade. Além disso, foram apresentadas as propostas para o desenvolvimento do agroturismo, sendo elas: 1) caracterização física do espaço local rural, para identificar potencialidades; 2) zoneamento econômico e ecológico; 3) cadastramento dos produtores envolvidos; 4) identificação de atrativos naturais e culturais e induzidos (pratos culinários) nas propriedades.

Não obstante, na Oficina foi elencada uma série de medidas com enfoque nos pequenos agricultores, medidas a serem contempladas pelas políticas públicas:

- adoção do zoneamento ecológico e econômico municipal, como instrumento de planejamento e ordenamento territorial;
- estímulos à construção ou adaptação de instalações nas pequenas propriedades, visando ampliar oferta de pousadas e alojamentos;
- apoio a novos cursos de formação na área de serviços de agroturismo, priorizando jovens rurais;
- apoio do PRONAF às ações de divulgação e conscientização sobre o agroturismo, e ao financiamento para melhoria da infra-estrutura nas propriedades;
- maior ênfase do Programa Comunidade Solidária, às atividades do agroturismo como alternativas de combate à fome e à pobreza no campo;
- elaboração ou revisão da legislação e das regulamentações relacionadas ao agroturismo, tendo como principais ações: 1) regulamentar uma política de “marcas” para produtos e serviços do agroturismo, isoladamente ou em conjunto; 2) revisar a legislação trabalhista rural, de modo a incorporar serviços, incluindo o agroturismo e as atividades a ele relacionadas; 3) estabelecer normas com o objetivo de regulamentar a concessão de licenças e alvarás para o exercício de atividades do agroturismo; 4) desenvolver e implantar sistema de fiscalização municipal ou regional; 5) estabelecer regulações para que a reserva legal das propriedades rurais possa ser utilizada para fins turísticos; 6) revisar a legislação que rege as atividades no interior dos assentamentos rurais, visando permitir a exploração das atividades não-agrícolas; e 7) regulamentar a constituição de associações e cooperativas, voltadas para as atividades turísticas no meio rural;

- municípios que se candidatem a apoios oficiais teriam que criar uma central de reservas para organizar as demandas, identificar as preferências e, propiciar o atendimento dos pequenos agricultores.

Campanhola e Silva (2000) ainda informam que uma das conclusões da Oficina em relação ao agroturismo diz respeito à pertinência de fazer com que os pequenos agricultores também se tornem empresários do turismo, levando em conta que as medidas não podem ser isoladas, mas devem compor um plano local de desenvolvimento rural integrado.

Nesse sentido, fica evidente a imposição para que o pequeno agricultor se torne um empresário, fato que, em nossa opinião, não é tão simples e fácil, se considerarmos as dificuldades históricas de acesso à educação, saúde, infra-estrutura e outros serviços públicos necessários para a formação profissional dos pequenos agricultores. De uma hora para outra, são exigidos, ao agricultor, conhecimentos que dificilmente ele teve durante toda sua vida.

Caberia aos promotores e técnicos que atuam com o turismo rural na agricultura familiar verificar se realmente o agricultor familiar quer se tornar um empresário do turismo, e se tem condições econômicas e culturais para isso. A decisão de abrir a propriedade ao turismo desencadeia diversas implicações, e, portanto, deve ser discutida e decidida pela a família. O problema é que, ao invés de esclarecer os agricultores familiares sobre as conseqüências positivas e negativas em potencial do turismo, os planejadores e técnicos envolvidos divulgam o projeto de turismo rural na agricultura familiar como a “salvação da lavoura”, incentivando aqueles agricultores que possuem algum atrativo em potencial, a se organizar para receber visitantes, adquirir e adotar a lógica empresarial, e a transformar sua propriedade em uma empresa.

Apesar da existência do Programa do Turismo Rural Brasileiro, o governo FHC não elegeu o turismo rural como uma de suas prioridades, nem direcionou grandes investimentos para implementar as ações definidas na Oficina de planejamento do Turismo Rural. Mesmo assim, a partir da divulgação mundial e nacional do turismo rural como vetor de desenvolvimento e como um negócio promissor, os empreendimentos privados de turismo rural foram crescendo significativamente no país.

Já o governo Lula, iniciado em 2003, atribuiu maior ênfase ao turismo rural, seja por meio do Ministério do Turismo, que considera o turismo rural como um segmento com mercado promissor, seja com iniciativas do Ministério do Desenvolvimento Agrário, que, preocupado com o futuro dos estabelecimentos rurais, com destaque para a agricultura

familiar, passou a discutir o turismo rural como estratégia para geração de emprego e renda no espaço rural brasileiro¹⁶².

Enquanto o governo FHC discutia o turismo rural apenas no escopo do Ministério do Esporte e Turismo, o governo Lula, além de criar o Ministério do Desenvolvimento Agrário, incluiu em sua agenda o turismo rural como uma das atividades a serem incentivadas no espaço rural. Dois documentos marcam a atuação do governo Lula na área do turismo rural, sendo as *Diretrizes para o Desenvolvimento do Turismo Rural no Brasil*, elaborado pelo Ministério do Turismo em 2003; e o *Programa Nacional de Turismo Rural na Agricultura Familiar*¹⁶³, elaborado pelo Ministério do Desenvolvimento Agrário em 2004.

O Ministério do Turismo afirma que as *Diretrizes para o Desenvolvimento do Turismo Rural no Brasil* foram elaboradas a partir de diversas oficinas realizadas entre 1998 e 2003. As duas *Oficinas de Planejamento do Turismo Rural*, realizadas em 1998, a *Oficina Nacional de Turismo Rural* e as *Oficinas Regionais de Turismo Rural*, de 2001, são os principais eventos que fundamentaram as discussões oficiais sobre o turismo rural no Brasil, e foram promovidas pelo governo FHC. Desta forma, o governo Lula reconhece uma continuidade nos debates e nas ações que vinham fazendo parte da agenda do governo FHC.

Nas Diretrizes de 2003, o governo aponta para a necessidade de estruturação e caracterização do turismo desenvolvido nas propriedades rurais para que a atividade não ocorra desordenadamente, e para que o Turismo Rural realmente possa consolidar-se como vetor de desenvolvimento sustentável. Apesar da retórica da sustentabilidade e de afirmar a importância dos benefícios do turismo para as comunidades locais, o Ministério do Turismo justifica a segmentação do turismo em função da busca de maior competitividade nos mercados.

O governo Lula também adota o conceito de arranjos produtivos locais e o enfoque nos territórios¹⁶⁴, de modo similar à concepção europeia de desenvolvimento territorial e endógeno presente nas políticas públicas da União Europeia¹⁶⁵. Apesar de apresentar uma retórica um pouco diferente da do governo anterior, e de parecer mais preocupado

¹⁶² O turismo em áreas rurais tem sido pensado mais recentemente no Brasil como uma fonte adicional de geração de emprego e renda para famílias residentes no campo, à medida que vêm decaindo a ocupação e as rendas provenientes das atividades agropecuárias tradicionais. (SILVA, VILARINO e DALE, 2002, p. 36).

¹⁶³ Discutiremos o PNTRAF mais adiante.

¹⁶⁴ A definição de território adotada pelo governo federal é a seguinte: um espaço físico, geograficamente definido, geralmente contínuo, compreendendo cidades e campos, caracterizado por critérios multidimensionais, como ambiente, economia, sociedade, cultura, política e instituições, e uma população com grupos sociais relativamente distintos, que se relacionam interna e externamente por meio de processos específicos, onde se pode distinguir um ou mais elementos que indicam identidade e coesão social, cultural e territorial. (DIRETRIZES PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO RURAL NO BRASIL, 2003, p. 7).

¹⁶⁵ O objetivo é trabalhar a atividade turística de modo integrado e participativo, sempre considerando os arranjos produtivos locais de cada território, a fim de fortalecer os laços comunitários e vicinais, reforçar a coesão social, a cooperação produtiva e a valorização dos elementos naturais e culturais, respeitadas as

com a participação da sociedade na decisão das ações a serem desenvolvidas pelo Estado, o governo Lula também adota como objetivo o desenvolvimento sustentável institucionalizado pela ONU, acreditando que a maior competitividade e acesso aos mercados conduzirão à melhor distribuição de renda e, conseqüentemente, à redução das desigualdades sociais. Além disso, o governo Lula importa conceitos e concepções de desenvolvimento da realidade européia, parecendo não considerar as enormes diferenças históricas, econômicas, políticas e socioespaciais entre a Europa e o Brasil.

O documento das Diretrizes (2003) levanta as seguintes diretrizes, que devem ser trabalhadas de forma integrada: ordenamento; informação e comunicação; articulação; incentivo; capacitação; envolvimento das comunidades; e infra-estrutura.

Percebemos que muitos aspectos presentes nas Diretrizes de 2003 já apareciam nas primeiras oficinas de Turismo Rural em 1998, demonstrando uma continuidade nas ações no setor. Outro aspecto a ressaltar diz respeito à diversidade das instituições envolvidas na elaboração das Diretrizes (Anexo 8), fato crucial para a consolidação de um processo de planejamento participativo e descentralizado. É preciso, no entanto, considerar que cada instituição e cada membro participante possui suas próprias intencionalidades e objetivos frente ao desenvolvimento do turismo rural no Brasil. Assim, não basta relacionar diversas instituições como formuladoras destas diretrizes, devendo-se, sim, verificar quais intencionalidades predominaram na elaboração delas, e quem saiu beneficiado com o documento.

Outro aspecto pertinente diz respeito à implantação das diretrizes na prática, pois, apesar da importância de se elaborarem as diretrizes para o turismo rural no Brasil, urge efetivar as estratégias de cada diretriz e monitorar suas implicações socioespaciais, buscando unir teoria e prática.

Mesmo com tais ressalvas, sabemos da importância das Diretrizes para a regulação do turismo rural no Brasil, haja vista a grande quantidade de empreendimentos no espaço rural que afirmam ofertar o turismo rural, e o atual modismo do turismo rural como vetor de desenvolvimento sustentável. São, contudo, ainda muito vagas as diretrizes e estratégias, dando margem a diferentes interpretações, e, por conseguinte, permitindo as mais diversas ações que podem ser justificadas a partir deste documento. Implantar as diretrizes e, a partir de suas implicações socioespaciais, reelaborá-las e aperfeiçoá-las, é fundamental para que o turismo rural possa contribuir para um desenvolvimento que tenha como objetivo principal o bem-estar das pessoas e da sociedade.

2.5.2. O Programa Nacional de Turismo Rural na Agricultura Familiar

Além das *Diretrizes para o Desenvolvimento do Turismo Rural no Brasil*, o governo federal cria, em 2004, o *Programa Nacional de Turismo Rural na Agricultura Familiar (PNTRAF)*, elaborado pelo Ministério do Desenvolvimento Agrário, a partir de iniciativa da Rede TRAF¹⁶⁶ (Turismo Rural na Agricultura Familiar), criada em 2001. A Rede TRAF

[...] se constitui em uma articulação nacional de instituições governamentais e não-governamentais, técnicos e agricultores familiares organizados, que atuam nas atividades do turismo rural com o objetivo de fortalecer a agricultura familiar e promover o desenvolvimento rural sustentável. (PNTRAF, 2004, p. 7).

Buscando avançar no debate e na implantação do turismo rural na agricultura familiar no Brasil, a rede TRAF definiu os princípios de conduta dessa modalidade de turismo:

- Ser um turismo ambientalmente correto e socialmente justo;
 - Oferecer produtos locais;
 - Valorizar e resgatar o artesanato regional, a cultura da família do campo e os eventos típicos do meio rural;
 - Incentivar a diversificação da produção e propiciar a comercialização direta pelo agricultor;
 - Contribuir para a revitalização do território rural e para o resgate e manutenção da auto-estima dos agricultores familiares;
 - Ser complementar às demais atividades da unidade de produção familiar;
 - Proporcionar a convivência entre os visitantes e a família rural;
 - Estimular o desenvolvimento da agroecologia;
 - Ser desenvolvido de forma associativa e organizada no território.
- (<http://www.redetraf.com.br/r-rede-traf.asp>)

Fica evidente, nos objetivos e princípios da rede TRAF, que o turismo rural na agricultura familiar prima pela melhoria da qualidade de vida dos agricultores familiares. Assim, entendemos que todas as ações relacionadas ao turismo rural na agricultura familiar devem ter como maiores beneficiários os agricultores familiares, e não outros atores sociais que porventura se apropriem dos recursos e incentivos públicos direcionados à agricultura familiar.

Em virtude do papel pioneiro da rede TRAF e da influência de técnicos e extensionistas rurais vinculados à rede no governo federal, o Estado passa a exercer, como uma de suas principais ações, o apoio à rede TRAF. Segundo Junior; Nitsche; Szuchman (2006), as principais ações do poder público federal no que diz respeito ao turismo rural na agricultura familiar foram as seguintes: - apoio à formação da rede TRAF;

¹⁶⁶ A rede TRAF foi criada com os seguintes objetivos: - debater questões relevantes para o desenvolvimento do TRAF; - subsidiar o poder público na definição de políticas e em sua implementação; - subsidiar o planejamento governamental e planejamento integrado das atividades executadas pelas instituições de apoio ao TRAF; - propor medidas visando superar desafios enfrentados pelo TRAF; - servir como canal de articulação permanente entre os interessados no desenvolvimento do TRAF; - promover o intercâmbio de experiências entre os atores envolvidos. (<http://www.redetraf.com.br/r-rede-traf.asp>).

- criação de linhas de crédito para o turismo no Pronaf; - desenvolvimento do PNTRAF de 2004.

O papel da Rede TRAF na adoção do PNTRAF é de suma importância, pois, além das experiências empíricas vivenciadas pelos técnicos, agricultores e outros atores, toda a fundamentação teórica e conceitual presente no Programa advém das oficinas e debates promovidos pelos membros da rede. O próprio conceito de Turismo Rural na Agricultura Familiar adotado pelo MDA foi elaborado pela Rede TRAF, de modo que este é entendido como:

[...] a atividade turística que ocorre na unidade de produção dos agricultores familiares que mantêm as atividades econômicas típicas da agricultura familiar, dispostos a valorizar, respeitar e compartilhar seu modo de vida, o patrimônio cultural e natural, ofertando produtos e serviços de qualidade e proporcionando bem estar aos envolvidos. (PNTRAF, 2004, p. 8)¹⁶⁷.

Oficialmente, o Turismo Rural na Agricultura Familiar “caracteriza-se pela utilização das atividades produtivas da propriedade como atrativo turístico principal, sob a forma de demonstrações, explicações e vivência das técnicas utilizadas, em que o turista também pode interagir como parte do processo.” (PNTRAF, 2004, p. 9).

Comparando o conceito de turismo rural na agricultura familiar com o de agroturismo, percebemos que ambos são similares. Como já colocamos, o agroturismo parece ser a modalidade turística mais próxima da realidade dos agricultores familiares, pois tem como principal atrativo as atividades agropecuárias e o modo de vida rural. Ocorre, no entanto, que qualquer propriedade rural não familiar pode oferecer atividades características do agroturismo, bastando a esta permitir ao turista o contato com alguma atividade agropecuária.

Nesse sentido, podemos afirmar que nem todo empreendimento de agroturismo possui agricultura familiar, mas que todos os empreendimentos de turismo rural na agricultura familiar deveriam oferecer o agroturismo, pois o desenvolvimento de atividades agropecuárias, além de ser uma das principais características do agricultor familiar, pode compor também um rol de atrativos aos visitantes.

Pode-se concluir, pois, que o turismo rural na agricultura familiar tem um grande vínculo com o agroturismo, haja vista que a grande maioria dos empreendimentos de turismo rural gerenciado por agricultores familiares tem como principais atrativos as atividades agropecuárias e os produtos agrícolas e paraagrícolas decorrentes do trabalho da família. Seja por meio da participação no plantio ou na colheita dos produtos *in natura*, seja pelo interesse nos animais da propriedade, seja no consumo dos produtos beneficiados (alimentos, bebidas e artesanato), na oferta de refeições típicas do campo,

¹⁶⁷ Conceito elaborado durante a Oficina de Turismo Rural na Agricultura Familiar, em Belo Horizonte – MG (2003), pela Rede de Turismo Rural na Agricultura Familiar – Rede TRAF e adotado pelo MDA.

ou mesmo em outras atividades não agrícolas na propriedade¹⁶⁸, o turismo rural na agricultura familiar apresenta um forte vínculo com o espaço rural, com as atividades agropecuárias e com as ruralidades das pessoas que vivem no campo e dependem de suas atividades tradicionais para sobreviver.

O PNTRAF tem como objetivo:

Promover o desenvolvimento rural sustentável, mediante implantação e fortalecimento das atividades turísticas pelos agricultores familiares, integrado aos arranjos produtivos locais, com agregação de renda e geração de postos de trabalho no meio rural, com conseqüente melhoria das condições de vida. (PROGRAMA NACIONAL DE TURISMO RURAL NA AGRICULTURA FAMILIAR, 2004, p. 13).

Assim como em outros documentos e órgãos da gestão Lula no governo federal, o PNTRAF busca combinar retóricas, que acreditamos serem contraditórias do ponto de vista de sua concepção e operacionalização. Clamando pelo desenvolvimento rural sustentável a partir do fortalecimento da agricultura familiar, o governo sugere uma integração dos agricultores familiares aos mercados locais, utilizando o conceito dos arranjos produtivos locais, usado também pelo SEBRAE (Serviço de Apoio a Pequena e Micro Empresa). Apesar da ênfase no local e em pequenos e microempreendimentos, a visão dos arranjos produtivos locais é eminentemente econômica e vinculada aos ditames do capitalismo globalizado, pois prima pelo crescimento e pela competitividade.

A racionalidade mercantil/econômica também fica evidente nas metas de geração de emprego e renda, e na antiga e condenada visão de que o crescimento econômico conduz à qualidade de vida. Assim, percebemos que, apesar da retórica do desenvolvimento sustentável, o MDA e o governo Lula acreditam que o principal meio para atingir a sustentabilidade é a expansão do capitalismo, seja fortalecendo o turismo rural na agricultura familiar, seja com outras ações que insiram os agricultores familiares nos mercados¹⁶⁹.

No Programa Nacional de Turismo Rural na Agricultura Familiar (2004, p. 5-6), o Ministério do Desenvolvimento Agrário aponta os seguintes benefícios do turismo rural para o agricultor familiar:

- Do ponto de vista econômico, a inserção da atividade turística na agricultura familiar pode aumentar a renda, principalmente com a comercialização de produtos feita diretamente ao consumidor/turista.

¹⁶⁸ Das inúmeras atividades recreativas, várias podem ser praticadas nas unidades familiares, desde que estejam associadas com o conjunto de práticas que caracterizam o meio rural: pesca; pesque-pague; cavalgadas; caminhadas; passeios de barco; banhos em rios, lagos, represas, cachoeiras; atividades lúdicas em geral. (Programa Nacional de Turismo Rural na Agricultura Familiar, 2004, p. 9).

¹⁶⁹ Não estamos aqui negando a importância de os agricultores familiares estabelecerem relações com os mercados. O que questionamos é a lógica de crescimento ilimitado e competitividade adotada pelos mercados, e a conseqüente tendência de exploração do trabalho dos agricultores familiares nessas relações convencionais com os mercados. O incentivo à simples inserção nos mercados por parte do Estado pode ser um aspecto de redução da autonomia dos agricultores familiares e não de fortalecimento.

- Do ponto de vista cultural, o turismo possibilita a valorização da agricultura familiar, uma vez que a sua cultura torna-se o próprio atrativo turístico, com efeitos diretos no aumento da auto-estima da população.
- Os benefícios sociais refletem-se na dinamização da cultura rural, da necessidade de os agricultores familiares manterem sua identidade e autenticidade.
- Quanto aos aspectos ambientais, o turismo rural na agricultura familiar visa ao uso racional dos recursos naturais, sua preservação, conservação e recuperação, visto que tais recursos passam a constituir atrativos turísticos. O ambiente também é beneficiado com a produção agroecológica, que contribui para a qualidade de vida dos agricultores e dos visitantes.

Dentre os benefícios destacados pelo governo, chamam-nos a atenção as afirmações de que, ao se tornar atrativo, e, portanto, mercadoria, a cultura rural e os recursos naturais deverão ser mantidos/conservados e resgatados/recuperados. Entendemos que a identidade cultural e a conservação ambiental são elementos fundamentais para qualquer sociedade, e devem ser valorizados independentemente do fato de serem mercadorias e gerarem lucros.

Na visão do governo, os lucros obtidos com o turismo levarão a sociedade a reconhecer a importância da cultura e dos recursos naturais, da mesma forma que o reconhecimento da identidade cultural e do meio ambiente contribuirá para atrair os turistas. Assim, cultura e natureza são reduzidas à categoria de mercadoria, devendo ser conservadas/recuperadas em função de interesses econômicos e utilitaristas.

Apesar do claro viés economicista e utilitarista adotado pelo governo federal, o PNTRAF (2004) insiste na idéia de que o turismo rural na agricultura familiar será um promotor da sustentabilidade. “O surgimento de projetos turísticos em áreas de agricultura familiar tem propiciado o surgimento de um novo modelo de desenvolvimento com sustentabilidade econômica, social, ambiental e territorial.” (p. 11). Desta forma, na busca de fazer do turismo rural na agricultura familiar um motor para o desenvolvimento rural sustentável, o governo definiu os princípios básicos que norteiam o PNTRAF (2004, p. 12-13):

- A prática do associativismo;
- A valorização e o resgate do patrimônio cultural (saberes e fazeres) e natural dos agricultores familiares e suas organizações;
- A inclusão dos agricultores familiares e suas organizações, respeitando as relações de gênero, geração, raça e etnia, como atores sociais;
- A gestão social da atividade, com prioridade para a interação dos agricultores familiares e suas organizações;
- O estabelecimento das parcerias institucionais;
- A manutenção do caráter complementar dos produtos e serviços do Turismo Rural na agricultura familiar em relação às demais atividades típicas da agricultura familiar;

- O comprometimento com a produção agropecuária de qualidade e com os processos agroecológicos;
- A compreensão da multifuncionalidade da agricultura familiar em todo o território nacional, respeitando os valores e especificidades regionais;
- A descentralização do planejamento e gestão deste Programa.

Considerando tais princípios, podemos afirmar que o PNTRAF tem seu foco na melhoria da qualidade de vida dos agricultores familiares, pois valoriza o agricultor familiar, e busca fazer do turismo uma atividade complementar à agricultura, e uma alternativa de emprego e renda. Ocorre, no entanto, na operacionalização do turismo rural na agricultura familiar, um processo de inserção de novos atores no espaço rural, responsáveis por organizar as unidades familiares e comunidades rurais, para a recepção dos turistas. Esses atores, geralmente vinculados ao *trade* turístico, atuam com uma lógica eminentemente econômica.

Entre as diretrizes do turismo rural na agricultura familiar, o PNTRAF (2004) definiu uma diretriz para cada temática:

TEMÁTICA	DIRETRIZ
Formação e capacitação continuada	Potencializar os valores e as capacidades da agricultura familiar visando à auto-estima da família rural e à apropriação da geração de renda pelo aumento da qualidade dos produtos e serviços do Turismo Rural na Agricultura Familiar.
Crédito para infra-estrutura	Adequação e implantação de infra-estrutura básica e turística destinada à atividade de Turismo Rural na Agricultura Familiar, de modo sustentável e integrado em relação às diferenças sociais, culturais, ambientais e territoriais.
Legislação	Consolidação de leis (identificar, estabelecer, adequar, criar) e regulamentos técnicos que viabilizem o desenvolvimento das atividades de Turismo Rural na Agricultura Familiar.
Mercado	Criação de ambiente favorável no mercado e no contexto institucional para a inserção dos produtos e serviços da agricultura familiar no mercado turístico.
Gestão	Prática de um modelo de gestão que priorize a articulação, a participação e a solidariedade no Turismo Rural na Agricultura Familiar.

Quadro 3 – Diretrizes do Programa Nacional de Turismo Rural na Agricultura Familiar

Fonte: Programa Nacional de Turismo Rural na Agricultura Familiar (2004)
Org. CANDIOTTO, L. Z. P. (2007)

Apesar de apresentar uma retórica de sustentabilidade e gestão participativa, as diretrizes do PNTRAF demonstram uma preocupação do governo, e de seus técnicos, em inserir os agricultores familiares envolvidos com o turismo rural no mercado turístico – altamente competitivo – e em qualificar os produtos e serviços do TRAF, através da capacitação e de normas.

Entendemos que é importante capacitar os agricultores para a recepção e atendimento dos turistas, porém questionamos o tipo de capacitação que é dado. Sabendo que as instituições responsáveis por essa capacitação são provenientes do *trade* turístico (órgãos públicos de turismo, empresas de consultoria, profissionais de turismo) e do setor empresarial (SEBRAE, SENAR, SESC, SENAC), os valores transmitidos aos agricultores são meramente mercantis e empresariais, pautados na

expansão do turismo e na exaltação do crescimento econômico para os agricultores. Os discursos de valorização sociocultural, melhoria da qualidade de vida e de preservação/conservação ambiental são utilizados para justificar o turismo como atividade sustentável, porém são considerados, pelo *trade*, aspectos secundários.

Em relação às normas, achamos importante criar leis e regulamentos para balizar as ações em torno do turismo rural na agricultura familiar. Tais leis, contudo, geralmente levam a uma transformação do agricultor familiar em empresário do turismo, e engessam a possibilidade de participação, de modo que diversas exigências são impostas aos agricultores. Como as leis são criadas sob forte influência do *trade* turístico, estas tendem a transmitir a lógica economicista presente nas ações do *trade*. A busca por inserção nos mercados é o fio condutor desse processo e, muitas vezes, predomina sobre importantes questões, como a qualidade de vida das famílias rurais, a preservação ambiental e o próprio modo de vida do agricultor familiar.

Ao inserir famílias agricultoras em mercados competitivos, há uma tendência de dependência destas à lógica dos mercados. No caso do turismo rural, a inserção de famílias agricultoras se inicia com o discurso da valorização do ambiente e da cultura local, e do turismo como atividade complementar à agricultura. Ocorre, contudo, que, a partir da inserção de atores exógenos no processo de desenvolvimento do turismo em unidades familiares, há uma forte cobrança destes, por profissionalização dos agricultores familiares nos moldes do mercado turístico¹⁷⁰. Conseqüentemente, os agricultores familiares passam a ter que seguir as diretrizes das instituições promotoras do turismo, que não objetivam a melhoria da qualidade de vida das famílias rurais envolvidas, mas a expansão dos mercados do turismo.

Conforme afirma Carneiro (1999), pensar o agricultor como *um profissional como outro qualquer* significa não levar em consideração os componentes culturais dos estilos de vida dos agricultores familiares que costumam se associar a práticas econômicas diversificadas.

As pessoas e empresas ligadas ao *trade* turístico entendem que o turismo deve ser promovido, pois gera emprego e renda. Geralmente não consideram, no entanto, que, mesmo contribuindo na ampliação da renda familiar e na diversificação das atividades da Unidade de Produção e Vida Familiar (UPVF), a inserção em atividades de turismo rural conduz a família a novas relações sociais, bem como a uma nova percepção em relação aos recursos que possui e ao seu papel na sociedade.

Acreditamos que, conforme a orientação recebida e a estratégia da família, esses agricultores envolvidos com o turismo rural, podem tanto melhorar sua auto-estima e fortalecer sua autonomia, como também entrar em uma lógica mercantil/empresarial que

¹⁷⁰ Muller (1996 apud Wanderley, 2000) coloca que, ao exercer uma função comercial juntamente à função produtiva, os agricultores são influenciados por estratégias empresariais, fato que os obriga a ter competência no que tange à gestão do empreendimento e ao controle de diversas atividades.

tende a reduzir a importância da agricultura em suas estratégias, tornando-os dependentes das exigências de padronização e especialização propagadas por atores do *trade* turístico, e levando à secundarização da agricultura nas UPVFs.

Nesse sentido, entendemos que existem duas lógicas distintas entre os atores envolvidos com o desenvolvimento do turismo rural na agricultura familiar, que na retórica se combinam. De um lado, temos a retórica do turismo rural como atividade complementar à agricultura, turismo que, ao valorizar a cultura e o ambiente local, e ampliar a renda familiar, contribui para a manutenção das famílias rurais no campo e para sua qualidade de vida. Assim, a agricultura, a pecuária, áreas de preservação, os alimentos, a tranquilidade e o modo de vida rural se apresentam como principais atrativos aos turistas que buscam o TRAF. De outro lado, para operacionalizar o TRAF, as instituições que atuam com o foco nos agricultores familiares estabelecem contatos e parcerias com instituições promotoras do turismo. Estas, por sua vez, atuam dentro de uma lógica de crescimento e expansão do turismo, propagando os ideais de competitividade, profissionalização e crescimento, fatores esses muitas vezes ausentes na lógica e nas estratégias de sobrevivência das famílias agricultoras.

Em nossa opinião, a operacionalização do turismo rural na agricultura familiar a partir da racionalidade econômica do *trade* turístico desencadeia um choque entre a lógica de sobrevivência dos agricultores familiares – as quais, apesar de buscarem melhorias econômicas, possuem valores morais mais solidários e ligados à produção de alimentos, reprodução da família e um maior contato com os recursos naturais –, com a lógica mercantil e competitiva das empresas e dos profissionais do setor turístico, os quais, independentemente do lugar onde se instalam, buscam somente seus benefícios econômicos, não se importando com os impactos sociais e ambientais do turismo.

Dentro do MDA, a Secretaria de Agricultura Familiar (SAF) ficou responsável pela gestão do PNTRAF, porém a Rede TRAF continua tendo um papel relevante no processo. “Nesse ambiente da SAF, será designado um Grupo Técnico de Gestão do Programa, que contará com a participação de técnicos ligados ao Ministério e de técnicos da Rede de Turismo Rural na Agricultura Familiar.” (PNTRAF, 2004, p. 23)¹⁷¹.

No escopo do governo federal, também percebemos uma diferença entre os objetivos do Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA) com o Ministério do Turismo (MTUR). Enquanto o MDA parte do princípio de que o turismo é mais uma atividade que pode contribuir para a geração de emprego e renda na agricultura familiar, o Ministério do Turismo vê o turismo rural como mais um segmento a ser explorado pelo *trade* turístico, nos mesmos moldes das outras modalidades turísticas. Enquanto o público-alvo do MDA são os agricultores familiares, o Ministério do Turismo tem como objetivo o crescimento

¹⁷¹ Ademais, o governo afirma uma integração com as demais Secretarias do MDA na implantação do Programa Nacional de Turismo Rural na Agricultura Familiar, sendo a Secretaria do Desenvolvimento Territorial e Secretaria do Reordenamento Agrário, além do INCRA.

do turismo rural, sem se importar com quem estará gerenciando os empreendimentos turísticos.

Assim, entendemos que o MDA e o MTUR representam duas lógicas diferentes em relação ao desenvolvimento do turismo rural na agricultura familiar. Essas lógicas conduzem a consequências desejadas e não desejadas. Mesmo assim, por ser o gestor da PNTRAF, o MDA é o maior responsável por essa distorção na execução da referida política pública, pois, ao permitir e apoiar a inserção de atores do *trade* turístico nas ações referentes ao TRAF, acaba incorporando a lógica vertical das instituições representativas do turismo, que muitas vezes se choca com uma lógica horizontal e menos gananciosa dos agricultores familiares.

Apesar das diferenças, o governo federal incorpora a retórica do turismo rural como atividade sustentável e como alternativa para diversos agricultores, sobretudo familiares, demonstrando uma submissão às verticalidades gestadas pelos organismos internacionais e corporações transnacionais ligadas ao *trade*. Assim, apesar de ser considerada por alguns como uma contra-racionalidade, a retórica do turismo rural como vetor de desenvolvimento sustentável não passa de uma estratégia de expansão do mercado turístico, pois, da forma como vem sendo implantada, desencadeia graves consequências para o espaço rural e para o futuro da agricultura familiar.

Outro aspecto a ressaltar diz respeito ao direcionamento dos recursos do PNTRAF para indivíduos que não são agricultores familiares. Sabendo que a maioria dos empreendedores do turismo rural não são agricultores familiares, e que o governo federal disponibiliza recursos para ações coletivas como excursões técnicas, cursos de capacitação, organização de roteiros e circuitos, questionamos se parte dos recursos do PNTRAF não estão sendo aplicados em empresários do setor de turismo que nada têm a ver com a agricultura e com a agricultura familiar. Caso isso esteja ocorrendo, temos um grave problema na criação de uma política pública federal que não vem beneficiando seus beneficiários em potencial.

Com a mudança nos critérios de classificação do PRONAF, que permitiu considerar como agricultor familiar um indivíduo ou família que não reside no meio rural, a possibilidade de apropriação do status de agricultor familiar por outros atores sociais se tornou mais fácil. Desta forma, apesar de considerarmos a pertinência da abertura de UPVFs ao lazer e turismo, e da criação do PNTRAF, percebemos que há uma grande diferença entre a retórica do turismo rural na agricultura familiar, e a operacionalização deste. Acreditamos que, enquanto o turismo rural na agricultura familiar estiver controlado por atores vinculados ao *trade* turístico e à lógica mercantil/economicista, os agricultores familiares tendem a ser explorados no processo. Sabendo que o PNTRAF tem como objetivo contribuir para a melhoria da qualidade de vida dos agricultores familiares, é

preciso fazer com que estes sejam os maiores protagonistas de seu desenvolvimento e, também, os maiores beneficiários do referido programa.

2.5.3. Políticas públicas de Turismo no Paraná e o turismo rural

Assim como os demais Estados da Federação, o Paraná segue as diretrizes de desenvolvimento do turismo do governo federal, e se apóia nestas para planejar e gerenciar suas ações no setor turístico. Conclui-se, assim, que as políticas públicas paranaenses de turismo também são recentes, de modo que a década de 1990 marca as ações mais efetivas do governo estadual no que tange ao apoio ao turismo¹⁷².

Apesar de a primeira organização pública do turismo no Paraná voltada ao planejamento e não apenas à divulgação do turismo, denominada Empresa Paranaense de Turismo (PARANATUR) ter surgido em 1969, a criação de uma Secretaria de Estado do Turismo (SETU), responsável pelo planejamento, organização e monitoramento da Política Estadual de Turismo, ocorreu apenas em 1999. A SETU atualmente tem a Paraná Turismo e a ECOPARANÁ como órgãos integrantes de sua estrutura.

Ao analisar as políticas públicas de turismo no Paraná, Silveira (2002a) destaca a influência do Plano Nacional de Municipalização do Turismo, do Programa Nacional de Ecoturismo, e do PRODETUR-Sul, no direcionamento das ações de incentivo ao turismo paranaense.

As ações do PNMT, iniciadas em 1995, atingiram 109 dos 339 municípios paranaenses, sendo a Paraná Turismo o órgão responsável por sua execução. O Programa Nacional de Ecoturismo desenvolveu ações nos Parques Nacionais do Iguaçu e do Superagüi; e o PRODETUR¹⁷³ contribuiu com recursos para obras de infra-estrutura (estradas, acessos, sinalização turística); capacitação de mão-de-obra; e ampliação do *marketing*, com destaque para a Região Metropolitana de Curitiba. (SILVEIRA, 2002). Na visão do autor,

A intenção do governo estadual é transformar esta região em um grande pólo receptor de empreendimentos turísticos e dos fluxos regionais e nacionais de turismo, a partir do aproveitamento dos recursos/atrativos de caráter histórico-cultural, paisagístico e ambiental, ali existentes, e da infra-estrutura de apoio instalada. (p. 198/9).

Desta forma, além dos recursos provenientes do PNMT e do PRODETUR, a Região Metropolitana de Curitiba foi alvo de ações do governo estadual, pois “o turismo passa a integrar a estratégia de planejamento e gestão dos espaços que circundam a zona urbano-industrial, formada pela Grande Curitiba.” (SILVEIRA, 2002, p. 143).

¹⁷² Segundo Silveira (2002a), a partir de meados dos anos 90 são elaboradas as estratégias e ações estaduais para o período 1996/2002, fundamentadas na Política Nacional de Turismo (PNT) federal.

Em 1996, o Estado do Paraná começa a desenvolver programas e projetos estaduais de turismo. Dentro do Plano Plurianual 96/99, reeditado para 2000/2003¹⁷⁴, constam os “Projetos Regionais de Turismo”, cuja meta do Governo (1996 apud Silveira, 2002, p. 206), é “a exploração do potencial turístico existente em determinadas regiões do Paraná de forma sustentável”. Para tanto, o governo estadual dividiu o Paraná em seis regiões turísticas: Costa Oeste; Campos Gerais; Vale do Rio Iguaçu; Costa Norte; Litoral/Serra do Mar; Região Metropolitana de Curitiba.

Também é em 1996, que o governo estadual passa a considerar o turismo rural como modalidade turística a ser incentivada, já utilizando a retórica da sustentabilidade, e dos benefícios do turismo rural para a agricultura familiar. Segundo Silveira (2002, p. 143),

A Paraná Turismo e a EMATER propuseram o Programa de Turismo Rural do Paraná, com o objetivo de contribuir para o desenvolvimento sustentável do agroturismo, como opção de diversificação das atividades agropecuárias ou não-agropecuárias, que incentivem os produtores a permanecerem no meio rural, apoiando e fortalecendo a agricultura familiar.

A partir dos investimentos para a expansão do turismo na RMC, da infra-estrutura existente, e do incentivo ao turismo rural no Paraná, a RMC passa a buscar em seus atrativos naturais e histórico-culturais, a base para compor a oferta turística da região. Como já relatado, o governo estadual concebe o Anel de Turismo da RMC, que, na visão de Silveira (2001, p. 143), procura “aliar a exploração do turismo à preservação ambiental e histórico-cultural da RMC, e gerar emprego e renda para as populações locais”.

Em linhas gerais, a proposta é induzir o desenvolvimento do turismo na região, tendo em Curitiba principal pólo emissor e receptor de demanda, considerando-se os atrativos dos demais municípios como um prolongamento da oferta existente na capital. (SILVEIRA, 2001, p. 144).

O geógrafo Silveira adverte, no entanto, para a necessidade de cautela com o turismo na RMC, pois este pode aumentar os impactos ambientais (menor qualidade das águas, alteração paisagística, acúmulo de resíduos) e a descaracterização cultural, por conta do que denomina *mercadização exagerada*.

No que tange a sua avaliação das políticas públicas de turismo do Paraná, Silveira (2002a) conclui que pouco do que foi planejado e divulgado foi implantado, sobretudo por problemas de descontinuidade nas ações do governo, provenientes de mudanças na gestão das instituições públicas estaduais. O autor também aponta para a busca do governo em criar uma nova imagem do turismo no Paraná, nova imagem na qual o discurso ecológico vem sendo usado como diferencial para atrair turistas, e o meio ambiente e a cultura se constituem nos atrativos responsáveis pela criação de lugares

¹⁷³ Do montante de recursos para o PRODETUR, 50% vêm do BID, 40% é contrapartida dos Estados e 10% do governo federal (BNDES). (SILVEIRA, 2002b).

¹⁷⁴ De 1996 a 2003, o Paraná foi governado por Jaime Lerner.

turísticos. Alerta, no entanto, para o fato de que o modelo de regionalização do turismo no Paraná foi concebido segundo princípios ditados pelo mercado; que a configuração arquitetônica dos projetos é copiada do *design* urbano; e que, apesar da retórica de sustentabilidade ambiental, o turismo vem sendo responsável por conflitos em relação à conservação do meio ambiente.

2.5.4. Turismo rural e agricultura familiar no Paraná

Entre os vários Estados envolvidos com a rede TRAF e com o PNTRAF, o Paraná se destaca na elaboração e na execução de ações concernentes ao turismo rural na agricultura familiar, em virtude do conhecimento acumulado com as experiências dos circuitos turísticos na Região Metropolitana de Curitiba, bem como por seu corpo de técnicos que vêm trabalhando com a temática.

Além da forte influência estadual e nacional de Valter Bianchini e de Ednei Nascimento, outros técnicos de órgãos de turismo e extensão rural paranaenses vêm tendo ampla participação nas oficinas e nas reuniões da rede TRAF, e também vêm sendo responsáveis por organizar e ministrar cursos de capacitação para técnicos a nível estadual e nacional, que devem multiplicar o conhecimento para agricultores familiares interessados no turismo rural. Em 2005, Letícia Nitsche e Tami Szuchman, técnicas da ECOPARANÁ, relataram alguns princípios do curso nacional de “Planejamento Turístico no Meio Rural”, ministrado por elas com recursos do MDA.

Após diversos encontros e debates do grupo TRAF Paraná¹⁷⁵, em 31 de maio de 2006, o governo estadual cria a Lei Estadual nº 15.143 (Anexo 9), definindo as atividades turísticas que especifica como atividades de “turismo rural na agricultura familiar”. Nessa lei, o governo estabelece as características dos agricultores familiares, os princípios do turismo rural na agricultura familiar, os conceitos de *turismo rural na agricultura familiar*, *unidade de produção familiar* e *unidade de planejamento de turismo rural*, e os tipos de atividades que caracterizam o turismo rural na agricultura familiar.

Além dos projetos e circuitos regionais e estaduais desenvolvidos no Paraná, em 2006, a ECOPARANÁ firma um convênio com o Ministério do Desenvolvimento Agrário, para capacitar técnicos e agricultores no que tange ao turismo rural na agricultura familiar. Com um ano de existência, o projeto denominado “TRAF/PR: planejamento regional” abrangeu 148 municípios e apresentou os seguintes resultados:

- 724 agricultores atingidos, em 35 reuniões realizadas;
- 172 técnicos atingidos, em 12 reuniões realizadas;
- 686 agricultores capacitados, em 14 cursos ministrados;
- 200 técnicos capacitados, em 1 curso ministrado;

¹⁷⁵ Apesar de ser uma entidade nacional, a Rede TRAF organiza grupos estaduais, que contribuem com o debate nacional e tem sua atuação nos Estados.

- 200 participantes no 4º Encontro Regional TRAF, realizado em Araucária;
- 503 participantes no Encontro Estadual TRAF, realizado em Cascavel;
- 6 visitas técnicas para Bento Gonçalves, Veranópolis e Garibaldi no Rio Grande do Sul; Caminhos das Frutas, SP; Santa Rosa de Lima, SC; e Capanema e Serranópolis do Iguaçu, PR, com participação de 234 pessoas entre agricultores e universitários;
- 10 ações referentes ao Projeto TRAF no Vale do Ribeira (mobilização, sensibilização e capacitação de técnicos e agricultores em Turismo Rural na Agricultura Familiar nos municípios do Vale do Ribeira, PR).

Os dados apresentados pela ECOPARANÁ superaram as expectativas dos técnicos, que esperavam um número menor de participantes nas reuniões, cursos e visitas técnicas. Por um lado, esse número maior parece vantajoso e demonstra o interesse nessa atividade. Por outro, essa capacitação vem sendo feita com a disseminação da retórica do turismo rural na agricultura familiar, sem mencionar que esse tipo turismo que, num primeiro momento, pode até trazer vantagens e benefícios para os agricultores familiares envolvidos, mas pode também ser responsável, depois, por diversos impactos negativos nas UPVFs e nas famílias rurais. A sazonalidade do turismo, a busca de novos destinos por parte dos turistas, e a expansão desenfreada de UPVFs que ofertam lazer e turismo podem prejudicar e comprometer, a médio e longo prazo, a qualidade de vida dos agricultores familiares envolvidos.

Assim, mais do que investir na expansão do turismo rural na agricultura familiar, é preciso verificar com a população local a viabilidade e os limites dessa estratégia, e combiná-la com outras estratégias de sobrevivência para os agricultores familiares, que envolvam a agricultura, atividades paraagrícolas, a produção agroecológica, a conservação ambiental, o protagonismo no direcionamento do desenvolvimento¹⁷⁶, e a melhoria da qualidade de vida das famílias rurais.

Outra ação executada a nível nacional, com forte participação de técnicos paranaenses, foi a elaboração da “Cartilha de Orientação ao Agricultor Familiar: Turismo”, publicada em novembro de 2006. Nela, são abordados os seguintes temas: - O que é turismo e turismo rural na agricultura familiar? - Atividades do TRAF. - Como organizar a unidade familiar e atender os visitantes. - A ligação do turismo rural com a cultura e com o meio ambiente.

Apesar de o turismo rural na agricultura familiar ser mais desenvolvido no Rio Grande do Sul e em Santa Catarina, essas normas, projetos e ações indicam o Estado do Paraná como um dos mais ativos no que tange à elaboração e à execução de políticas públicas para o turismo rural na agricultura familiar, demonstrando a atual força política deste no MDA e no governo federal.

¹⁷⁶ Vieira et al. (2005) defendem o papel dos residentes rurais, agricultores e não agricultores como protagonistas do turismo rural. Isso reduziria uma possível ingerência do Estado e a apropriação por grupos de interesse.

Uma das vitrines do turismo rural paranaense é o Circuito Italiano de Turismo Rural de Colombo (PR), que inclusive foi uma das experiências que serviram de referência para a expansão do Turismo Rural na Agricultura Familiar no Paraná e no Brasil, e que contribuíram para justificar a viabilidade do Programa Nacional de Turismo Rural na Agricultura Familiar (PNTRAF).

Após discutirmos nesse capítulo III a disseminação do turismo rural como vetor de desenvolvimento sustentável como a origem do evento, trabalhamos no capítulo IV a seguir, com a caracterização, o desenvolvimento e as implicações socioespaciais do Circuito Italiano de Turismo Rural de Colombo (PR), isto é, com a realização do evento no lugar.

Capítulo IV

A REALIZAÇÃO DO EVENTO: O Circuito Italiano de Turismo Rural, Colombo – PR

1. Gênese do Circuito Italiano de Turismo Rural (CITUR)

Como já apontamos, em razão da importância da conservação ambiental dos mananciais de abastecimento de água e das áreas geologicamente frágeis (que se apresentam como fatores limitantes das atividades econômicas a serem implantadas na Região Metropolitana de Curitiba), bem como por causa da necessidade de geração de alternativas de emprego e renda nos municípios da RMC, o turismo vem sendo considerado uma atividade promissora para Colombo e para outros municípios adjacentes a Curitiba. Ademais, devido à alta circulação de pessoas, de capital, de mercadorias e de meios de transporte e comunicação em Curitiba, existe uma grande demanda populacional em potencial para atividades de lazer e turismo.

Considerando a iniciativa de criação e da implantação do Anel de Turismo da RMC pela EMATER regional Curitiba, COMEC, ECOPARANÁ e Paraná Turismo, o *Circuito Italiano de Turismo Rural* surge como a experiência pioneira do referido anel, contando com apoio da Prefeitura Municipal de Colombo. Como mostra Nitsche (2000), o CITUR foi o primeiro roteiro de turismo da RMC lançado ao público. A EMATER Paraná, através do escritório regional de Curitiba, foi a principal responsável pelo projeto piloto de turismo rural no Paraná. Por sua vez, o interesse da prefeitura de Colombo também foi fundamental para que esse projeto fosse implantado no município.

Tendo como exemplo uma experiência da EMATER/ES com turismo rural no Estado do Espírito Santo, a EMATER/PR elaborou um projeto piloto para o desenvolvimento de turismo rural enfocando um roteiro étnico no município de Almirante Tamandaré (RMC), porém este não foi executado na época. Logo depois, os trabalhos sobre turismo se voltaram para Colombo devido ao interesse da Prefeitura Municipal em elaborar também um roteiro turístico temático, surgindo a proposta do “Circuito Italiano de Turismo Rural”. (NITSCHKE, 2000).

Nesse contexto, o Circuito Italiano de Turismo Rural (CITUR) foi concebido em 1998, e oficialmente inaugurado em 5 de fevereiro de 1999, por meio de uma ação conjunta entre a Prefeitura Municipal de Colombo, EMATER (Empresa Paranaense de Assistência Técnica e Extensão Rural), COMEC (Coordenação da Região Metropolitana de Curitiba), ECOPARANÁ e Paraná Turismo (instituições de turismo do governo estadual). Nitsche (2000) afirma que o projeto do CITUR foi elaborado pela EMATER/PR e Secretaria Municipal do Meio Ambiente e Agricultura de Colombo (SEMAA) de Colombo, que contaram com o apoio da COMEC. Já as ações da ECOPARANÁ e

Paraná Turismo foram mais pontuais e operacionais, sendo concentradas na etapa de divulgação do CITUR.

Percebemos, no entanto, que as instituições responsáveis pelo CITUR não fizeram mais do que organizar um produto turístico a partir de uma oferta já existente, pois quase todos os empreendimentos já existiam, ou já ofereciam e comercializavam produtos (refeições, vinhos, frutas, doces, entre outros), antes da criação do CITUR. Esse fato demonstra que a maior parte dos empreendimentos que compõem a oferta turística do circuito já fazia parte do cotidiano dos empreendedores e de parte da população local, apresentando-se como horizontalidades no espaço.

Sabendo da existência de uma oferta endógena de lazer e turismo, que, apesar de fragmentada, apresentava potencial, e das limitações de Colombo para receber atividades econômicas de alto impacto ambiental, como indústrias poluentes, a Prefeitura Municipal de Colombo, através do Departamento de Turismo, vinculado à Secretaria Municipal de Agricultura e Meio Ambiente, passa a acreditar no desenvolvimento do turismo, e assume o comando da gestão do CITUR a partir de sua criação.

Em entrevista realizada em 2004 com Angela Maria Mottin¹⁷⁷, uma das responsáveis pela gestão do CITUR até 2005, fomos informados que, para implantar o Circuito, a prefeitura e a EMATER fizeram um levantamento prévio das potencialidades turísticas das propriedades (rurais e urbanas), das propriedades que já ofertavam produtos e atrativos que poderiam ser direcionados para o turismo, e, chamaram aqueles com maior potencial para participar.

Desta forma, entendemos que a idéia não foi endógena nem democrática, pois, como já colocado, partiu de cima para baixo (órgãos públicos), e pré-selecionou aqueles com condições de desenvolver o turismo na propriedade. Essa pré-seleção demonstra a intencionalidade da prefeitura e da EMATER em concentrar as decisões referentes ao desenvolvimento do CITUR e em escolher as propriedades e os proprietários que, segundo alguns técnicos, estariam mais aptos para receber visitantes. Como entendemos ser fundamental uma ampla participação da população local no planejamento e na gestão do turismo, levantamos as seguintes questões: – Por que não foi realizado um estudo prévio sobre a opinião das pessoas em relação à proposta do Circuito de Turismo? – Por que não foi feito um trabalho de base nas comunidades rurais de Colombo, envolvendo a maior parte dos agricultores na identificação do potencial turístico e da oferta existente?

As propriedades e os empreendimentos selecionados como de maior potencial foram basicamente aqueles que já ofereciam algum produto que poderia ser aproveitado como atrativo ou equipamento turístico. No que tange às propriedades rurais, foram selecionadas aquelas que já possuíam vinícolas, áreas de lazer, produtos orgânicos e

¹⁷⁷ Ex-funcionária do setor de turismo da prefeitura municipal de Colombo.

produtos processados. Na verdade, tais propriedades já recebiam visitantes que iam comprar os produtos e usufruir o local.

Outra ação importante da prefeitura e de outros idealizadores do CITUR foi a utilização de um apelo étnico/cultural para diferenciar o Circuito dentro dos vários circuitos turísticos planejados no Anel de Turismo da RMC. Isso se deu em virtude de Colombo ser colonizado por imigrantes italianos, e ainda guardar alguns traços da cultura italiana (arquitetura de algumas construções, festas, danças, jogos, produção de vinhos) na paisagem e nas territorialidades de seus habitantes mais antigos. Assim, o logotipo do CITUR e todo o seu *marketing* foram baseados em aspectos culturais da Itália.

2. Caracterização do CITUR

Para Nitsche (2000, p. 12), “o *Circuito Italiano de Turismo Rural* é um roteiro de caráter institucional, com pontos turísticos distribuídos em um itinerário, cujo percurso é de escolha do usuário, pois se constitui em um roteiro do tipo *faça você mesmo*”.

Os empreendimentos do CITUR encontram-se em diversos bairros do município de Colombo, seja no núcleo urbano (sede), nas margens da Rodovia da Uva, nos bairros de Guaraituba e Colônia Faria (ao sul), seja nas áreas ruralizadas, como Bacaetava, Capivari, Roseira e Santa Gema¹⁷⁸.

O mapa 3 ilustra os empreendimentos do CITUR em Colombo. Ela representa o mapa temático do CITUR, distribuído como um guia para os visitantes. Inserimos com um círculo preto os empreendimentos de propriedade de agricultores familiares.

Cerca de dois terços do trajeto é asfaltado. O restante são estradas de saibro regulares, com condições de tráfego. O CITUR é composto por dois trajetos interligados:

- O trajeto principal, na parte oeste do município, tem início na Rodovia da Uva, atravessa a sede do município e engloba os bairros/comunidades de Roça Grande, Embu, Sapopema, Campestre, São João, Fervida, Poço Negro, Ribeirão das Onças, Capivari e Bacaetava. Na Rodovia da Uva, existem diversos empreendimentos, além do posto de informações do CITUR. Esse trajeto concentra os restaurantes e as vinícolas.
- O segundo trajeto situa-se a leste do município, tendo como eixo principal a Estrada da Ribeira, e circunda os bairros/comunidades de Guaraituba, São Gabriel, Colônia Faria, Itajacuru, Santa Gema e Roseira.

¹⁷⁸ Considerando que o município de Colombo é classificado por Schneider e Blume (2005) como município urbano, a utilização do termo “áreas ruralizadas” se dá em virtude de a maior parte do município de Colombo combinar, de forma diferenciada, objetos técnicos e ações de origem e características urbanas e rurais, ou seja, urbanidades e ruralidades. Além dos empreendimentos do CITUR, os espaços periurbanos e rurais de Colombo abrigam mineradoras, várias segundas residências e estabelecimentos comerciais,

Mapa 3 – Mapa Temático do Circuito Italiano de Turismo Rural (CITUR)



Fonte: Folheto de divulgação do CITUR para os visitantes.

responsáveis por uma tecnicização do espaço, e por novas relações sociais entre uma minoria composta pela população rural, e a maioria da população, de origem urbana.

No que diz respeito aos atrativos de turismo rural, Lannes (2003) cita a viticultura e a produção orgânica, as vinícolas, o artesanato, a hospedagem, o lazer e a alimentação. Silveira (2001) afirma que o Circuito de Colombo tem um percurso de 32 km, com igrejas, cantinas de vinho artesanal, propriedades que cultivam orgânicos, produção de flores, pesque-pague, grutas e cavernas, rios, áreas de floresta, etc.

Entre os atrativos do CITUR, destaca-se a Gruta de Bacaetava (Foto 4), situada a 13 km do centro, sentido norte, no bairro de Bacaetava. A gruta apresenta dois salões, sendo um com 205 metros de extensão, cortado por um córrego e aberto à visitação, e outro superior, fechado à visitação. Visando preservar a gruta, a prefeitura, com apoio do governo do Estado, criou, no ano de 2000, o Parque Municipal da Gruta da Bacaetava. O parque é administrado pela Secretaria de Turismo da prefeitura, e possui funcionários que recebem e acompanham os visitantes.



Foto 4: Entrada da Gruta de Bacaetava
Autor: CANDIOTTO, L. Z. P. set./2003

3. Atrativos e Empreendimentos do CITUR

As informações referentes ao histórico de cada empreendimento do CITUR foram coletadas em três trabalhos de campo (visitas *in loco*) no município de Colombo, realizados em junho de 2004, outubro de 2005 e março de 2007, onde aplicamos a metodologia de entrevistas semi-estruturadas com os empreendedores ou responsáveis pelo empreendimento. Outra ferramenta utilizada na caracterização dos empreendimentos foi o questionário que a prefeitura municipal de Colombo entregou para os empreendedores do CITUR preencherem em abril de 2002, onde constam dados do ano de 2001. Informações adquiridas com funcionários do setor de turismo da prefeitura também foram importantes, pois complementaram os dados coletados diretamente com os empreendedores.

Para a descrição de cada empreendimento, optamos por seguir uma tipologia baseada no guia turístico do CITUR, que diferencia os atrativos da seguinte forma: parques e praças; atrativos culturais; chácaras; gastronomia; vinícolas; hospedagem; mudas e flores; pesque-pague. Como nosso enfoque reside nos empreendimentos

particulares, não estaremos enfocando atrativos como parques e praças; e atrativos culturais (igrejas), porém os apresentaremos aqui.

Em virtude de o foco da pesquisa ser nos agricultores familiares, apresentamos informações mais detalhadas dos empreendimentos administrados por eles, considerando aspectos produtivos, econômicos, sociais e ambientais das UPVFs. Para definir os empreendedores que consideramos serem os agricultores familiares do CITUR, aplicamos os critérios de classificação selecionados (vide p. 208) a partir do debate teórico sobre agricultura familiar e da legislação vigente. Também buscamos verificar quais empreendimentos seriam considerados de agricultura familiar, a partir do artigo 4º da Lei Estadual nº 361/2005. O quadro 4 apresenta os sete critérios selecionados.

CARACTERÍSTICAS DO AGRICULTOR FAMILIAR
1. Propriedades de até 50 hectares (proprietários ou não).
2. Desenvolvimento de atividades agropecuárias de subsistência.
3. Maior parte da mão-de-obra na UPVF proveniente da família.
4. Maior parte da renda familiar proveniente de atividades internas à UPVF.
5. Mais de 50% da renda interna proveniente de atividades agropecuárias (agrícolas e paraagrícolas).
6. Gestão da UPVF é feita pela família.
7. Residência da maior parte da família na propriedade.

Quadro 4 – Características selecionadas para identificar os agricultores familiares do CITUR

Org. CANDIOTTO, L. Z. P. (2007)

3.1. Atrativos Turísticos do CITUR

A maioria das publicações e informações encontradas sobre o Circuito Italiano de Turismo Rural faz referência a mais de 50 empreendimentos. Porém, consideramos pertinente a diferenciação entre empreendimento e atrativo, pois entendemos como empreendimentos aqueles estabelecimentos administrados pelo setor privado, que buscam a obtenção de lucro com o turismo. Já um atrativo turístico pode ser um elemento da natureza ou uma construção arquitetônica, que pode ou não necessitar de gerenciamento. Assim, no contexto do CITUR, faremos essa diferenciação, considerando as igrejas e os parques públicos, atrativos turísticos, e não empreendimentos turísticos.

Em contrapartida, um empreendimento pode ser ao mesmo tempo um atrativo. Se, por exemplo, o empreendimento for uma vinícola ou um pesque-pague, ele também será um atrativo, porém se for um hotel ou restaurante simples, ele pode não ser um atrativo, mas, sim, um equipamento turístico.

Antes de abordarmos os empreendimentos pesquisados, relacionaremos os atrativos turísticos do Circuito¹⁷⁹, que, em nossa opinião, não são empreendimentos.

¹⁷⁹ Dados retirados do Guia Turístico de Colombo (2006), e do Inventário da Oferta Turística de Colombo (2003).

- *Igreja Nossa Senhora do Rosário*: encontra-se na sede do município na Rua Francisco Busato, e é a Igreja Matriz da cidade, sendo uma réplica da Igreja de Vicenza no norte da Itália. Começou a ser construída em 1899 e foi concluída em 1900.

- *Igreja de Santa Gema*: localizada na comunidade de Santa Gema, a atual capela foi construída em 1956, porém antes já existia uma pequena capela usada pela comunidade.

- *Igreja do Ribeirão das Onças*: em 1956 teve início a construção da atual igreja, terminada em 1958. Localiza-se no bairro com o mesmo nome.

- *Igreja do Bacaetava*: situada a poucos quilômetros da gruta de Bacaetava e em frente ao pesque-pague/colhe-pague Gasparin e filhos, a igreja (Foto 5) foi construída em 1965. Com arquitetura moderna, serviu de inspiração para o portal símbolo do Circuito Italiano de Turismo Rural.



Foto 5 – Igreja de Bacaetava.
Autor: CANDIOTTO, L. Z. P. set./2003

- *Igreja do Capivari*: foi construída primeiramente em madeira no ano de 1888, logo após a fundação da colônia. Em 29 de junho de 1931 foi concluída a atual igreja e mais tarde erguida a torre dos sinos ao lado, uma característica da arquitetura italiana. Localiza-se na comunidade com o mesmo nome.

- *Igreja da Roseira*: situada no bairro Roseira, a capela foi construída em 1946.

- *Igreja da Colônia Faria*: em 1888 foi erguido um oratório e em 1890 uma capela de madeira. O atual templo em estilo arquitetônico tipicamente italiano teve iniciada sua construção em 1924, e foi inaugurado em 1926.

- *Igreja do São Gabriel*: é de 1944, com arquitetura típica italiana, onde se destaca a torre dos sinos que é separada da capela.

- *Igreja do Imbuial*: localizada no bairro do Imbuial, foi construída em 1966.

- *Igreja do Guaraituba*: a primeira capela foi construída em 1968.

- *Igreja do Poço Negro*: a 1ª capela foi construída em 1911. Em 1977 foi erguida a capela atual pelos membros da comunidade local que se organizaram em comissão.

- *Parque Municipal da Gruta do Bacaetava*: abriga a gruta do Bacaetava, sendo o principal atrativo de ecoturismo do município.
- *Parque Municipal da Uva*: local usado para eventos do município, como a Festa do Vinho e Festa da Uva. O parque possui quadra poliesportiva coberta, trilhas para caminhadas, espaço para exercícios e lazer, bancos e churrasqueiras, lago para pesca, e também abriga o Museu do Vinho e a Secretaria Municipal de Meio Ambiente e Agricultura. Durante o período da pesquisa, o Parque passou por reformas destinadas a sua revitalização. Em uma pequena praça ao lado do Parque, há um tótem do Circuito Italiano de Turismo Rural (Foto 6) com uma placa que marca sua inauguração.



Foto 6 – Placa principal do CITUR
Autor: CANDIOTTO, L. Z. P. set./2003

- *Praça Nossa Senhora do Rosário*: principal praça de Colombo, localizada no centro da sede do município e que abriga a Igreja Matriz Nossa Senhora do Rosário. Possui dois marcos, sendo um dedicado à imigração italiana e outro às riquezas naturais.
- *Casa da Cultura*: antiga sede da Câmara Municipal, com arquitetura do início do séc XX.
- *Embrapa Florestas*: em virtude da importância da silvicultura para Colombo e região, a Embrapa Florestas foi instalada em um antigo casarão onde havia uma fábrica de trigo. Possui trilhas informativas e monitores.

Conforme o guia de turismo na agricultura familiar da RMC (2003), existem três atrativos que também se constituem em serviços. Um deles é o posto de informações turísticas, outro é a Secretaria Municipal de Turismo, além da APAC (Associação dos Produtores Agrícolas de Colombo), que atualmente se encontra com as atividades

paradas, em virtude de problemas organizacionais. No guia turístico de Colombo (2006), a APAC não aparece destacada, mas ainda continua representada no mapa do CITUR.

Além desses atrativos do CITUR, existem mais dois eventos promovidos pela prefeitura municipal, que se constituem importantes atrativos “temporários” do município de Colombo: as Festas da Uva e do Vinho¹⁸⁰.

3.2. Empreendimentos do CITUR

3.2.1. VINÍCOLAS

Vinícola José Secon

A vinícola localiza-se na Rua Vitorino Secon, nº 33, na comunidade Santa Gema, ao lado da igreja de Santa Gema, que também é um atrativo do CITUR. O acesso se dá a sudeste da sede municipal, pela Rua Orlando Ceccon, com 3 km de estrada de terra. As placas de sinalização de acesso e no local são boas. A propriedade tem vista para a igreja Santa Gema, que fica em uma área de topo de morro, com uma bela paisagem.

O principal atrativo do empreendimento é o vinho, feito pelo agricultor e comercializado na unidade desde 1970. A arte de fazer os vinhos foi ensinada pelo pai, que, ao morrer, deixou um pedaço de terra para José. Posteriormente, o agricultor foi comprando mais terras nos arredores da propriedade, e aumentou a produção de vinhos.

Nas três oportunidades em que visitamos a referida vinícola, entrevistamos o proprietário e chefe da família, sr. José Secon. O sr. José tem mais de 50 anos, nasceu em Colombo, e sempre residiu na propriedade, a qual possui 29 hectares. A família utiliza mais 6 ha em terras de parentes e mais 2 ha de um dos filhos do sr. José, ambos para o cultivo da couve-flor.

José reside na propriedade com sua esposa, três filhos e noras, e seis netos. Um filho que não pode ajudar na agricultura atende na cantina. Os outros dois trabalham como diaristas em outras propriedades em meio período, e também nas atividades agrícolas da UPVF. Todas as mulheres ajudam na agricultura, no atendimento e realizam os serviços domésticos. Existe também uma filha de José, casada e com dois filhos, mas que mora em outra propriedade.

A família não possui assalariados permanentes, e contrata cerca de quatro temporários para a colheita da uva, em fevereiro ou março.

¹⁸⁰ A Festa da Uva acontece anualmente na primeira quinzena de fevereiro, e é uma tradição dos imigrantes colombenses, pois existe desde 1959. Ela promove a exposição e comercialização de uvas de mesa (Terci, Niágara Branca e Niágara Rosada) e seus derivados (sucos, geléias, doces, vinhos, graspa); apresentações de grupos folclóricos de dança e música italiana; a missa campal (ao ar livre) rezada em idioma italiano, além de outras modalidades de *shows* musicais.

A Festa do Vinho é realizada desde 1988, todo mês de agosto, e também dura três dias. Em virtude do inverno e da maior oferta de vinhos, a festa também expõe e comercializa vinhos de fabricação local, assim como licores, sucos e geléias. Como não poderia faltar, ocorrem apresentações de grupos folclóricos e *shows* musicais.

Produção e comercialização

Desde a década de 1990, predomina o cultivo da couve-flor na UPVF. Atualmente, a família comercializa cerca de 200 mil pés/ano de couve-flor na CEASA. Além da couve-flor e da uva, cultivam abóbora e frutas, mas só para consumo da família. Com a laranja, ameixa e a mimosa (tangerina pequena amarelinha) fazem licores para venda aos visitantes. Uma nora de José também faz queijos para vender na propriedade.

Em relação ao cultivo de uvas e produção de vinhos, a família cultiva a uva tipo terci (tinto) e niágara (branco), utilizando toda a uva para a produção de vinho. Na produção de vinho, um filho ajuda em tempo integral, e os outros membros da família no período da tarde. A produção de vinhos é de 40.000 litros de vinho, e essa é a capacidade de armazenamento na UPVF. Todo o vinho é comercializado na propriedade, de forma direta com o consumidor. A família sempre tinha vinho para comercializar na Festa do Vinho de Colombo, mas em 2007 decidiu não levar vinho para a festa do vinho de Colombo, pois, se levasse, faltaria para os visitantes. Em virtude da baixa produtividade da safra de 2006, a família teve que comprar uva do irmão para fazer vinho para 2007. José disse que, quando falta uva, compra de agricultores de Colombo.

José apresenta todas as sete características selecionadas para classificar os empreendedores que são agricultores familiares do CITUR, além de se considerar agricultor familiar e se valorizar por isso. Apesar de a família ter um forte vínculo com a agricultura, a produção é toda direcionada para o mercado (CEASA), não sendo uma produção para subsistência, apesar da existência de cultivos para autoconsumo. Esse forte vínculo com o mercado nos indica que a propriedade já abriga uma agricultura familiar com intensas relações capitalistas e com métodos de cultivo convencionais, ou seja, utilização de agroquímicos e outros insumos agrícolas.

Entrada no CITUR e suas implicações

O sr. José entrou no CITUR no início de 2002, três anos após a inauguração do Circuito, no entanto, a família já comercializava vinhos diretamente na propriedade desde 1970, já possuindo uma clientela antes da existência do Circuito. O agricultor afirmou que entrou no CITUR logo após ser chamado pela prefeitura para participar, mas, segundo informações de Ângela Mottin, este foi convidado em 1998, mas preferiu esperar um tempo para decidir se entraria ou não. Sabendo dos resultados positivos do CITUR para os empreendedores, José decidiu entrar.

O agricultor diz que o objetivo com a inserção no CITUR foi aumentar a freguesia para a venda do vinho, pois tinha ampliado o parreiral e achou que, entrando no Circuito, aumentaria a venda do vinho, fato que ocorreu.

Não é cobrada entrada, e a visitação na propriedade ocorre para a degustação e a compra dos vinhos. No período de safra da uva, a visita aos parreirais é um dos atrativos, porém a comercialização do vinho produzido é o principal atrativo explorado, sobretudo nos períodos de entre-safra. Além do vinho, uma pequena quantidade de licor é comercializada.

Ao perguntarmos sobre o apoio que recebeu, sr. José disse que fez um curso sobre vinho na UFPR, e que a prefeitura reformou as placas de sinalização que estavam deterioradas. Também recebe apoio técnico da prefeitura na área agrícola, para o cultivo da couve-flor e da uva. José procura participar dos cursos de capacitação que são oferecidos, mas não recebeu consultoria do SEBRAE na propriedade.

Em relação às reuniões do CMT, José participava até 2005, mas parou de ir, pois elas passaram a não ocorrer regularmente. Hoje, o agricultor não tem nem notícias de como anda o CMT, e reclama que a prefeitura está parada e que a atual gestão não tem recursos para o turismo.

A estimativa de visitantes é de 200 por mês, que vêm para comprar o vinho. Os fins de semana no inverno são os períodos com mais visitas. No verão, a demanda mensal cai para 80 visitantes. A demanda é diversificada, porém a maioria vem da RMC. Ao questionarmos sobre o que ele acha dos turistas, falou que são bons, gosta de atender e conversar com os visitantes, mas que já teve problemas com cheques.

José parece satisfeito com a entrada no turismo, pois diz que a venda de vinho aumentou bastante após a formação do Circuito, e que o mesmo faz com que as pessoas passem a conhecer melhor a propriedade e o município. Atualmente, no entanto, mostra-se menos animado com o CITUR e vem participando pouco das ações em conjunto entre os empreendedores. José também disse que, quando vieram com a idéia do turismo, não acreditou inicialmente. A família preferiu esperar o início do CITUR e, percebendo os benefícios econômicos em outras vinícolas, decidiu entrar no Circuito.

Não é possível afirmar que existe turismo na propriedade, mas, sim, a comercialização do vinho, que é uma atividade paraagrícola complementar à agricultura, mas não deixa de ser um atrativo turístico do CITUR¹⁸¹.

Vinícola Dirceu Cavalli

A vinícola Dirceu Cavalli encontra-se situada na Rua Gabriel D'Anúncio Strapasson, nº 19, no bairro Sapopema, próximo à sede, a noroeste do município de Colombo. O principal atrativo do empreendimento são os vinhos (branco, tinto e *rosé*) feitos artesanalmente pela família. Durante o ano, a família recebe os visitantes para

¹⁸¹ Mesmo considerando que a grande maioria dos empreendimentos do CITUR não é um empreendimento turístico, pois não oferece pernoite, optamos por chamar todos os empreendimentos do CITUR de empreendimentos turísticos, pois, apesar de serem empreendimentos que ofertam o lazer, fazem parte de um Circuito Turístico, compondo a oferta desse circuito.

degustação e compra dos vinhos e de outros produtos, como o suco de uva e a graspa. No período de safra da uva, os turistas podem conhecer os parreirais.

O acesso se dá pelo norte da sede municipal. Existe menos de um quilometro de estrada de saibro, que se encontra em estado regular de conservação. A sinalização de acesso e no local é boa, pois existem placas do Circuito, apesar de estas estarem danificadas. A propriedade fica próxima a mais duas vinícolas do CITUR (Pedrinho Strapasson e Odilon Cavalli).

A propriedade de dois hectares foi comprada por Dirceu Cavalli, que já morava na comunidade com o pai há 28 anos. As principais construções existentes são uma casa sede e um galpão para a vinícola. A casa sede foi recentemente reformada.

A família do sr. Dirceu é composta por ele, sua esposa, um filho e duas filhas. Dirceu fez o primário e trabalha com olericultura de couve-flor, cultivo de uvas e produção do vinho e outros derivados. O filho é formado em administração e trabalha na propriedade, ajudando na agricultura e no vinho. A esposa Regina trabalha como do lar e ajuda na agricultura e no processamento dos derivados da uva. Vanessa faz faculdade de administração e atende na vinícola. A irmã é formada em agronomia, trabalha no CEASA (meio período), e ajuda no atendimento dos visitantes.

Produção e comercialização

Dirceu produz uvas desde 1955 com o pai, e, na atual cantina, desde 1979. Cultivam uva terci/bordô para o vinho tinto, e niágara para o branco. Possuem pipas de madeira, de inox e tanques de concreto para armazenar o vinho, mas preferem as pipas de madeira. Todo o vinho é comercializado na vinícola. A produção do vinho vem aumentando paulatinamente, pois a cada ano compram uma pipa. Geralmente, precisam comprar uvas de outros agricultores, de Colombo, RMC e do Rio Grande do Sul¹⁸². A produção de graspa e de suco de uva gira em torno de 1.000 litros cada por ano. Também vendem salames, queijos, conservas e doces de outros agricultores de Colombo, mas não do CITUR.

Plantavam olerícolas na propriedade, mas optaram por ficar só com o parreiral recentemente. Mesmo assim, cultivam olerícolas em outra área próxima arrendada, de 5 hectares. A família também faz salame para o consumo e para comercialização, mas a quantidade é pequena.

Cerca de 50% da renda familiar vem do vinho e 50% das verduras. No inverno, a renda do vinho é maior. O salário da filha também compõe a renda familiar. Conforme dados levantados pela família em 2001, após a entrada no CITUR em 2000, houve um

¹⁸² A transformação da uva para o vinho gera uma perda de aproximadamente 40% do peso da uva em relação à quantidade de vinho.

aumento de 20% na renda. Em 2007, Regina informou que a renda familiar mensal é de R\$ 2.000,00.

De 2000 a 2005, tinham 2 empregados fixos. Hoje, têm 3 empregados fixos, e contratam de 4 a 5 pessoas na época de início da safra da uva, e entre 30 e 40 no período de colheita da uva, que dura de uma a duas semanas.

Também classificamos a família do sr. Dirceu como representante da agricultura familiar, apesar de este ser um agricultor consolidado e com relações mercantis (assim como Pedrinho Strapasson, Dirceu Camargo e José Seccon). Predominam as ruralidades na família e esta é uma representante da agricultura familiar, apesar de ser uma agricultura modernizada e convencional.

Entrada no CITUR e implicações

A família já comercializava os vinhos na propriedade bem antes da entrada no CITUR, possuindo uma clientela independente do Circuito. Foram convidados pela prefeitura para entrar no início, em 1999, mas decidiram entrar no CITUR em 2000, para não ficar de fora e para aumentar a venda dos vinhos.

Para iniciar a recepção dos visitantes do CITUR, foi feita uma reforma da cantina (azulejos e piso), e foram inseridas placas do Circuito. Em relação à capacitação, a mãe fez curso sobre vinhos na UFPR. Disse que não tiveram benefícios financeiros e que não recorreram a financiamentos. O SEBRAE fez consultoria na propriedade, porém não pretendem se transformar em empresa.

Assim como todas as demais vinícolas do CITUR, o maior período de visitação ocorre nos meses frios (maio a setembro), sobretudo nos fins de semana. A demanda é diversificada, porém a maioria vem da RMC. Regina e Vanessa disseram que gostam de atender os turistas, pois valorizam o trabalho da família e a propriedade.

O número de visitantes é de aproximadamente 300 por mês. A demanda é de clientes antigos e visitantes que vão comprar o vinho. A família diz que o CITUR influencia pouco na venda do vinho. Não estão recebendo excursões, pois não querem mais. Também estão fechando aos domingos após as 13 horas para ter mais tempo-livre.

A participação da família nas reuniões do CMT sempre foi esporádica. Em 2007, Regina disse que não estão mais sendo convidados para as reuniões.

Vinícola Odilon Cavalli

Localizada no bairro Campestre, Rua Faraó Cavalli, nº 300, a vinícola existe há 25 anos, produzindo vinho tinto, branco e *rosé*. O acesso se dá a noroeste da sede municipal, com menos de 1 km de estrada de saibro regular. A sinalização de acesso e no local é regular, porém existem placas do Circuito.

Em todos os trabalhos de campo, entrevistamos Gilmara, filha do sr. Odilon Cavalli, falecido em 1999. Gilmara nasceu em Colombo, e sempre residiu na UPVF, que era do avô – um dos pioneiros que vieram da Itália – e foi dividida entre os irmãos por herança.

Olga, mãe de Gilmara, é professora aposentada e residia na propriedade até 2006, mas foi morar com outra filha. Atualmente, residem na propriedade Gilmara e o marido, e duas crianças. Gilmara trabalha com produção de verduras orgânicas, de vinho e na cantina (atendimento), e concluiu o ensino médio. Seu marido trabalha com produção de verduras orgânicas fora da propriedade, e estudou até 7ª série. Ambos trabalham 12 horas por dia, nos sete dias da semana. Aos domingos, descansam, mas se aparece alguém para comprar vinho, atendem. O casal tem duas crianças, sendo uma menina que estuda e um menino pequeno.

A propriedade tem 4,8 hectares e foi dividida com a irmã, que não reside no local e arrendou sua parte para Gilmara produzir. A irmã é professora, e seu marido é bancário. Ambos têm curso superior. A propriedade é simples e possui duas casas de alvenaria como residência, um galpão de madeira, e a vinícola, montada em um paiol antigo.

Produção e comercialização

O casal produz olerícolas orgânicas, tanto no inverno (repolho, brócolis, alface, beterraba, rabanete, cenoura, etc.) como no verão (pepino, chuchu, pimentão, etc.), em 2,4 hectares arrendados. Iniciaram produção orgânica em 1998 (antes do Circuito), utilizam as verduras para consumo da família, e as comercializavam na APAC até 2006. Em 2004, Gilmara disse que a renda da família com as hortaliças era de R\$ 500,00 a 800,00 por mês. Hoje, comercializam a produção para a empresa *frutos da terra*, e a renda é de R\$ 1.000,00.

Em 2004 ampliaram os parreirais da propriedade e em 2005 assumiram o parreiral da irmã. Em 2007, estão com mil pés de parreira e produzem 6.500 quilos de uva por safra, que dão 5.000 litros de vinho. O lucro anual com o vinho é de aproximadamente R\$ 12.000,00. Em 2006 a geada queimou a maior parte da uva. Todo o vinho é vendido na propriedade. As pipas são de madeira, e bem antigas. A vinícola também é antiga. Não beneficiam nada além do vinho.

Não possuem empregados permanentes e só contratam quatro temporários por dois dias em fevereiro, no período de colheita da uva.

Os animais que possuem são 20 galinhas, usadas para consumo da família, 7 cabritos, adquiridos a partir de 2001 (após Circuito), porém disse que não teve influência do CITUR. Em 2003 adquiriu 4 perus e 11 gansos para comer ovos de insetos. Tem um tanque com peixes para consumo da família. Possuem um trator e um carro.

Conforme as informações coletadas, a referida propriedade tem todas as características da agricultura familiar que selecionamos, pois o trabalho da família é

concentrado na agricultura, que também é uma agricultura de subsistência. Além disso, a família tem como diferencial positivo a produção de olerícolas orgânicas, aspecto que, em nossa opinião, fortalece a agricultura familiar e a autonomia das famílias rurais. A simplicidade da família, sua racionalidade menos gananciosa e a forte identidade agricultora são aspectos relevantes.

Entrada no CITUR e implicações

A família entrou no Circuito logo no início, em 1999, quando foram chamados pela prefeitura. O objetivo foi divulgar o vinho e aumentar a venda, pois a produção de vinho é uma tradição herdada do pai e do avô. As atividades turísticas são a degustação e comercialização dos vinhos, e a observação de animais pelas crianças. Além do aumento no parreiral, não ampliaram ou reduziram outras atividades agrícolas.

Para entrada no Circuito, reformaram a vinícola, através da construção de área externa anexa à vinícola, com pia, churrasqueira e bancos, pintura da casa, e construção de calçada na casa. Investiram R\$ 1.000,00 e não fizeram financiamento.

Fizeram dois cursos de capacitação sobre turismo rural e elaboração de vinhos, mas não fizeram o curso do SEBRAE, porém o SEBRAE esteve na propriedade fazendo consultoria. A propriedade não é cadastrada como empresa e não pretende ter empresa, pois não quer "mexer" com empregados.

Em 2001, Gilmara participava das reuniões do CMT. Depois deixou de participar, mas disse que a equipe do turismo repassava informações todo mês e que a atual não repassa as decisões do Conselho. Em 2007, disse que continua não indo às reuniões apesar de algumas vezes ligarem para avisar.

A média de visitantes é de 40 por mês, mas no período de inverno chega a 60 por mês. Em 2005 passou a não receber mais excursões. Gilmara disse que gosta de receber os visitantes, e que, após a entrada no turismo, o aprendizado e a auto-estima da família melhoraram. A partir da entrada no CITUR até 2001, informou que a renda familiar aumentou em 15%.

Vinícola Pedrinho Strapasson

Situa-se no bairro de Sapopema, na Rua Antônio Strapasson, nº 35. O acesso à propriedade se dá pelo mesmo caminho que o da Vinícola Dirceu Cavalli, a cerca de 500 metros à frente desta. Parte da estrada é de saibro, encontra-se com buracos, porém é bem larga. Como nas demais vinícolas, o vinho é o maior atrativo. A família produz uvas e vinhos há mais de 60 anos, e o atual proprietário da vinícola, sr. Pedrinho, aprendeu com o pai desde criança.

A propriedade possui 4,8 hectares onde é cultivada uva em consórcio com couve-flor, mas a família possui mais 19,2 ha em área próxima (no Morro da Cruz), onde tem

bracatinga e mata. Possuem mais 7,2 ha para lavoura de olerícolas fora da unidade familiar. Na propriedade existem duas casas de residência, sendo uma para Pedrinho e sua família, e uma da mãe, d. Líbera. Há também um espaço para a vinícola, um galpão para armazenar caminhão e caixas. As casas e galpões estão bem conservadas. A propriedade situa-se em um sopé de morro, e tem araucárias centenárias, constituindo uma bela paisagem.

D. Líbera tem mais de 80 anos. A “nonna” (Foto 7) nasceu em Colombo, reside na propriedade, e se tornou um atrativo turístico da vinícola, pois é simpática e tem muitas histórias para contar. Disse que quando adquiriu a propriedade com o marido, por volta da década de 1940, havia só “mato”. Puseram o parreiral há 60 anos. Depois, o marido comprou mais uma parte dos irmãos e colocou mais um parreiral. Na outra residência, moram Pedrinho, a esposa, uma filha e um filho jovens. Outra filha do casal se casou recentemente e foi morar fora da unidade, mas continua em Colombo e trabalha no hospital. As duas filhas têm curso superior completo, feito em Curitiba.



Foto 7 - D. Libera na vinícola com as pipas de madeira.
Autor: Candiotto, L. Z. P. Jun./2004.

Pedrinho cultiva verduras, o parreiral e faz o vinho, trabalhando cerca de oito horas por dia, e de seis a sete dias na semana. Pedrinho fez o ensino médio. O filho estuda e ajuda na propriedade meio período. A filha que reside junto trabalha fora e não coloca dinheiro na propriedade. D. Libera é aposentada e também fica com seu dinheiro. A esposa, Sirlei, faz conservas e doces, e administra a propriedade, inclusive participando das reuniões do Circuito de turismo.

Produção e comercialização

A família cultiva olerícolas e uvas, com destaque para couve-flor, salsinha, alface, nabo e cebolinha. Toda a produção de verduras é vendida para o Mercadorama de Curitiba, que recentemente foi comprado pelo grupo Walmart. Quando tem problemas de produtividade, Pedro tem que comprar verduras para assegurar a entrega que foi contratada, pois o mercado atua com relações mercantis e exige os produtos, não se importando com os problemas do agricultor. Nas lavouras, são utilizados agrotóxicos.

Em relação às uvas, aumentou um parreiral após entrada no CITUR. Em 2001, a família produziu 80.000 litros de vinho, tendo um crescimento de 10%. A esposa de Pedrinho beneficia alguns alimentos como doces de uva, abóbora, banana, figo. A produção é de 1.000 vidros de doce por ano. Às vezes, são feitas conservas também. Toda essa produção de doces e conservas é comercializada na vinícola e usada para consumo familiar. A família também vendia doces e conservas da Chácara Morango Natural, mas parou. Hoje, vende salames e queijos de outros agricultores de Colombo.

Pedrinho costuma comprar uvas de outros agricultores para suprir a demanda, assim como outros produtores de vinho ligados ao Circuito. Isso se dá em função do aumento na demanda por vinho, que tem influência do CITUR.

Produzem 80% de uvas terci e o restante niágara. A produção média de vinho é de 80 mil litros. Todo o vinho é vendido na propriedade, mas sempre levam para a Festa do Vinho. Em setembro, costuma não ter mais vinho. Em 2006 teve que comprar 70% da uva em função da geada. Compra uva de Colombo e outros produtores da RMC. O vinho feito em 2006 não havia sido engarrafado até março de 2007.

A família tem uma doméstica, e mais 4 empregados que ajudam no cultivo de verduras, das uvas e na produção do vinho. Contratam cerca de 30 temporários durante uma semana de fevereiro, para a colheita da uva.

Os lucros com o vinho e com as verduras são equivalentes, e a aposentadoria de d. Libera contribui na renda familiar. Afirmam que a renda mensal familiar de R\$ 5.000,00, e que já obtiveram recursos do Pronaf para a lavoura de olerícolas.

Apesar de Pedrinho ter um forte vínculo com o mercado, sendo totalmente dependente de uma grande rede de supermercados, e de ter a maioria dos trabalhadores da unidade como assalariados permanentes, a família apresenta as demais características que permitem classificá-la como agricultura familiar. Poderíamos afirmar que Pedrinho é um agricultor familiar consolidado, e tem no atendimento aos visitantes uma atividade complementar à produção olerícola e de vinhos. Além do vinho, que é o principal atrativo, os doces também contribuem para complementar a renda da família.

Entrada no CITUR e implicações

A entrada no Circuito ocorreu já em 1999, com o objetivo de divulgar o vinho para a população de Curitiba. As atividades turísticas são restritas à degustação e à compra dos vinhos, mas há um potencial para trilhas no Morro da Cruz (atrativo turístico do município), ainda não explorado.

A família gosta de atender, mas fala sobre reclamações de turistas em relação a outros empreendimentos que não recebem bem. Os dados de demanda que possuímos mostram uma média de 80 visitantes por mês, mas entre maio e setembro chega a 500 mensais. A família recebe excursões, mas reclama de excursões agendadas que não

aparecem. Costumam participar das reuniões do CMT desde a constituição do Conselho. Também fizeram cursos do SEBRAE, que também fez uma consultoria na propriedade. Como de praxe, o SEBRAE sugeriu que montassem empresa, mas não quiseram, pois pretendem manter o ritmo de produção artesanal do vinho entre a família.

Vinícola Franco Italiano

A vinícola Franco-Italiano localiza-se na Rua Rodolfo Camargo, nº 26, bairro Roça Grande, próxima à Rodovia da Uva, no km 6, a oeste do município de Colombo. Além dos vinhos e outros derivados da uva feitos pela família, a vinícola oferece outros produtos, como salames, doces, sucos, etc. As atividades turísticas também giram em torno da vinícola: degustação e comercialização dos vinhos. É a vinícola mais bonita e bem organizada, com fotos antigas da família e com as pipas à vista dos visitantes.

O acesso se dá pela Rodovia da Uva, com 800 m de estrada de saibro com alguns buracos, porém bem conservada. A sinalização é boa, tanto no acesso (barril com referência à vinícola e placas do Circuito nas margens da Rodovia da Uva) como no local (placa do Circuito).

A propriedade rural onde está a vinícola é do sr. Dirceu Rausis Camargo, que nasceu em Colombo, e sempre residiu na propriedade. O avô de Dirceu foi pioneiro, chegou a Colombo em 1878 e sempre fez vinho para consumo próprio. Com o falecimento dos pais de Dirceu, a propriedade foi dividida entre os irmãos, que continuaram com a produção de vinhos coloniais. Hoje, a propriedade de Dirceu tem cerca de 10 hectares, mas existem mais 22 hectares em Lageado-RS, adquiridos pela família em 2003, para o cultivo de uvas, demonstrando que a família vem se especializando na produção de vinhos.

A família é composta por Dirceu, sua esposa e dois filhos. O sr. Dirceu trabalha com o cultivo de verduras, no parreiral, na produção de vinho, e atende os fregueses/visitantes. Sua esposa é do lar e ajuda no atendimento quando necessário. Um dos filhos reside na propriedade, mas trabalha fora, como engenheiro mecânico. O outro é formado em administração, mas trabalha exclusivamente na propriedade, com agricultura e no atendimento e administração da vinícola. A família trabalha os sete dias da semana, com média de oito horas/dia. Possuem um empregado permanente e cinco temporários.

Produção e comercialização

Em 2001 a família cultivava 10 toneladas de uva na propriedade, sobretudo a tipo bordô, e produzia 25 mil litros de vinho, já tendo que comprar uvas de outros produtores. O restante da UPVF era utilizado para o cultivo de olerícolas. Da entrada no CITUR em 1999 até 2001, a família informou que as vendas aumentaram 50%, mostrando que o

Circuito Turístico foi importante no crescimento da produção e da renda familiar. Por conseguinte, a família decidiu investir na produção de vinhos e praticamente abandonou as demais atividades agrícolas existentes.

Com a nova propriedade no RS, a produção de vinhos aumentou significativamente. Em 2004, já produziam 40 mil litros de vinho (tinto, branco e *rosé*). Em 2005, produziram 60 toneladas de uva, e compram mais 35 toneladas, para fazer 50 mil litros de vinho. Em 2006, produziram 53 mil litros, e em 2007, 65 mil litros. Toda a uva cultivada vai para a produção de vinhos e outros derivados, todos comercializados na vinícola. A família também faz vinagre (500 litros/ano), graspa (2.000 litros/ano) e suco de uva e maracujá (2.000 litros/ano), além de salames, limoncello (licor de limão), e doces de abóbora e figo. Desde a entrada no CITUR, vendem outros produtos – do CITUR e de outros produtores – na vinícola, como conservas, queijos, salames e geléias.

Cerca de 70% da renda familiar vem do vinho, e a receita mensal com o mesmo é de R\$ 5.000,00. As outras fontes de renda da família são uma aposentadoria e o salário do filho engenheiro.

Segundo os parâmetros avaliados, também podemos considerar o sr. Dirceu um agricultor familiar, porém com características empresariais. Cabe a ressalva de que a família possui uma propriedade no Rio Grande do Sul e a utiliza a partir de uma lógica empresarial, recorrendo à mão-de-obra externa assalariada, e, em virtude de sua área, retira a maior parte da renda desse outro estabelecimento, apesar do processamento do vinho se dar na UPVF de Colombo. Assim, ao restringirmos o foco na UPVF da família em Colombo, percebemos que é uma unidade familiar, atendendo a todos os critérios elencados. Refletindo, no entanto, sobre a mão-de-obra e a renda originárias no outro estabelecimento da família, os itens 3, 4 e 5 seriam comprometidos.

Não obstante, apesar de a família ter uma história de vida no rural e na UPVF, sua percepção em relação à agricultura e a seu papel social vem mudando, de modo que hoje apostam na produção e comercialização de vinhos finos e na gestão do negócio. A família demonstra ter disposição para receber os turistas, de modo que vem investindo na propriedade (sobretudo na vinícola) para aumentar no número de visitantes.

Entrada no CITUR e implicações

Dirceu e sua família já produziam e comercializavam vinhos na propriedade antes da existência do CITUR, e estão no Circuito desde sua inauguração em 1999. Apesar de já possuírem fregueses, a partir da entrada no CITUR percebemos diversas mudanças na propriedade e investimentos na viticultura.

Dados de 2001 indicam um investimento de R\$ 8.000,00 para a construção da vinícola, mais R\$ 400,00 para placas e material de divulgação. A família vem investindo paulatinamente em novas pipas de inox para substituir as de madeira, e na melhoria do

espaço físico na propriedade. Após reformas na residência e na vinícola, atualmente estão construindo um espaço para armazenar os vinhos engarrafados e para atender os visitantes.

O maior período de visitação ocorre nos fins de semana, sendo a maioria dos turistas provenientes de Curitiba, sobretudo famílias e idosos, em carros particulares e excursões. A família ressalta a alta sazonalidade na vinícola, que no inverno é bastante procurada, mas no verão quase não recebe visitantes, a não ser no fim do ano.

De 1999 a 2001, registraram uma média de 250 visitantes/mês, que em 2005 dobrou. Hoje, contudo, afirmam que desde 2005, a visitação não aumentou mais. Apesar de ficar claro que o CITUR contribuiu para o crescimento do empreendimento e de sua demanda, os proprietários afirmam que a maior demanda é de clientes antigos.

Dirceu afirma que fizeram curso de atendimento ao público e sobre turismo rural, e que participam dos cursos que são ofertados. O SEBRAE também fez consultoria na propriedade, e, apesar de ainda não constituírem uma empresa, pretendem transformar a vinícola em uma empresa cadastrada. Não fizeram financiamentos para a ampliação da vinícola, demonstrando que os investimentos vêm sendo feitos a partir dos lucros da própria vinícola. Em relação ao CMT, Dirceu sempre teve uma forte participação, mas hoje não vai mais às reuniões alegando que poucas pessoas vão, e que o Conselho quase não existe.

Assim como nos casos acima, afirmamos que não existe turismo na propriedade, mas, sim, a comercialização do vinho, do salame e de outros produtos. Assim, a venda da produção para os visitantes ainda é uma atividade complementar à agricultura, mas pode passar a ser a principal atividade, pois a família já abandonou parte do cultivo de olerícolas para dedicar-se à produção de vinho, que é o grande atrativo turístico da propriedade. Como o vinho já era produzido e comercializado no local, não foram necessárias muitas mudanças, mas, mesmo assim, houve ampliação da vinícola.

3.2.2. CHÁCARAS COM PRODUÇÃO ORGÂNICA

Chácara Morango Natural

A chácara Morango Natural está situada na comunidade de Santa Gema, na Rua José Strapasson, nº 560, e tem na produção orgânica de morango *in natura* e de derivados seu principal atrativo. A propriedade está a leste da sede municipal e possui quatro acessos, mas, em todos eles, o visitante tem que passar por estradas de saibro. A sinalização de acesso e no local é boa, com placas do Circuito, apesar de algumas estarem deterioradas.

A propriedade possui cerca de três hectares, e José Maschio, o proprietário, nasceu em Colombo, reside no local há 32 anos, e herdou a terra do pai. A esposa, Vera, e um casal de filhos jovens também residem na UPVF.

A mulher (Vera) e o marido (José) trabalham na agricultura (morangos, alface, entre outros), processamento dos morangos e atendimento/comercialização dos produtos no local. A mulher fez o ensino fundamental e o marido estudou até a 4ª série. O tempo de trabalho é de dez horas/dia, menos para a filha que trabalha só nos fins de semana, em virtude do estudo. Todos trabalham os sete dias da semana. O filho é formado em agronomia, e trabalha exclusivamente na unidade familiar. A filha, formada em biologia, continua estudando, mas ajuda nas atividades da família. Os dois filhos são solteiros. A família não possui empregados, e apenas contrata um empregado temporário nas épocas de colheita do morango.

Produção e comercialização

Toda a produção agrícola é orgânica, e produzem morangos há nove anos. Hoje, a produção é de aproximadamente 7.500 kg de morango por ano, cultivados em estufas com uma área total de 3.000 m². As estufas foram adquiridas após a entrada no CITUR.

A família entrou no CITUR em 1999. Em 2004, fomos informados que a produção de morango vinha aumentando de 20 a 30% ao ano. O morango e seus derivados são vendidos todos na propriedade. Em 2005, a família informou que 20% dos morangos são beneficiados, e 80% comercializados *in natura*. Hoje, a produção da família está concentrada nos morangos e na alface, que são certificados pelo IBD (Instituto Biodinâmico). Em relação à produtividade do morango e da alface, informaram que esta varia, pois ambos são frágeis às variações climáticas.

Atualmente, processam o morango para fazer licor (200 garrafas de 350 ml); polpa, geléia (100 potes de 300 ml). Também fazem figo em calda (120 potes de 500 ml). Tudo é vendido na propriedade. Não vendem produtos agrícolas de outros agricultores na propriedade, e somente algum artesanato (pratos, porta-retratos) de uma amiga fica exposto para venda, mas, segundo os proprietários, quase não vende.

A renda familiar aumentou com o empreendimento, que, por sua vez, foi criado a partir do CITUR. A família não possui outra fonte de renda, sendo totalmente dependente das atividades agrícolas e paraagrícolas.

Os dados do empreendimento demonstram que se trata de uma unidade de produção e vida familiar, que, com certeza, representa a agricultura familiar. A capacitação dos filhos e sua permanência na UPVF, a produção orgânica, e o trabalho eminentemente familiar, fazem da família Maschio uma das mais autônomas do CIITUR, apesar das dificuldades financeiras que enfrentam. Mesmo comercializando a alface para uma empresa de alimentos orgânicos, chamada *Ridiuna*, de São José dos Pinhais, a

família detém a propriedade da terra, os meios de produção, e não possui trabalhadores assalariados fixos, tendo autonomia na gestão da UPVF.

Entrada no CITUR e implicações

A Chácara Morango Natural é um dos poucos empreendimentos que foram abertos para visitação a partir do CITUR. A família já produzia morangos e hortaliças orgânicos desde 1992, mas não recebiam visitantes na propriedade. Entraram no Circuito em 1999, logo após serem convidados pela prefeitura. O objetivo foi divulgar a agricultura orgânica e aumentar as vendas. Após a entrada no Circuito, fizeram algumas melhorias no espaço para atendimento e venda dos produtos.

As atividades turísticas concentram-se na safra do morango (agosto a janeiro), e na degustação dos morangos e licores. A demanda estimada em 2001 era de 35 pessoas por fim de semana, principalmente durante a safra do morango. Em 2004, esse número passou para de 75 visitantes por fim de semana. Em 2005, a família não soube informar o número médio de visitantes, mas afirmou categoricamente que este caiu consideravelmente. A maioria dos visitantes é da RMC.

A família afirmou que procura participar dos cursos ofertados através da prefeitura, mas aponta que nos dois últimos anos não fizeram nenhum curso de capacitação. Fizeram curso sobre atendimento ao turista em 2001, e receberam consultoria do SEBRAE na propriedade em 2005, mas não pretendem cadastrar a propriedade como empresa. Em relação ao CMT, a participação da família sempre foi esporádica, mas não tem reclamações do mesmo e acreditam que há harmonia entre os empreendedores.

É da Pam

A chácara É da Pam tem como principal atrativo os morangos orgânicos e seus derivados, como doces, geléias, suco e bombom. Além dos morangos, o empreendimento oferece queijos, salames, vinhos, mel e ovos de outras propriedades rurais. Atualmente se oferece também um café colonial, servido aos sábados, domingos e feriados. Nos demais dias, servem o café colonial somente com agendamento. Para o café, d. Eloí, uma das proprietárias, também faz pães e bolos.

O empreendimento situa-se na estrada da Ribeira, nº 575, km 23. O acesso é todo de asfalto, e fácil, pois o empreendimento está às margens da estrada. A sinalização de acesso (placas do Circuito) e no local (placa própria) é boa. Existe uma igreja próxima (Igreja da Roseira), que também é um atrativo do CITUR. Geralmente quem vai aos empreendimentos localizados na comunidade da Roseira, a leste de Colombo, acaba passando em frente à Chácara É da Pam.

Nas oportunidades em que fomos ao empreendimento, entrevistamos o sr. Gabriel e d. Eloí, que são proprietários e residem no local. O sr. Gabriel é metalúrgico

aposentado, nascido em Colombo, e vive com a esposa na propriedade desde 1985. Em 2005, além do casal, um filho, uma nora e um neto residiam na propriedade, mas atualmente apenas restou o casal como moradores do empreendimento.

A propriedade foi adquirida pelo pai do sr. Gabriel, em 1961, quando só havia mata. Com a morte do pai, foi dividida entre os herdeiros, mas a estrutura fundiária permaneceu igual. A área da propriedade é de 17.200 m² (1,72 ha), distribuídos entre construções, área p/ o cultivo de morango e mata. O empreendimento constitui a parte da propriedade que é do sr. Gabriel, e possui, além da lavoura de morangos, uma casa de residência bem conservada, e um galpão para a transformação e venda dos produtos, e para o café colonial. A mãe de Gabriel vive em outra parte da propriedade, em casa um pouco distante. Junto com ela está uma filha que é do lar, seu marido (aposentado) e dois filhos. Gabriel tem mais dois irmãos que não vivem na propriedade, mas têm direito sobre ela.

Os filhos do sr. Gabriel são casados e não residem mais na propriedade. Dois residem em bairros urbanos de Colombo (sede e Maracanã), e um no município de Campo Largo (RMC). Todos trabalham em empregos urbanos, mas também gerenciam o empreendimento.

Produção e comercialização

A lavoura de morangos, existente desde 1997, era cultivada por um dos filhos (Ânderson). Quando a família entrou no CITUR em 1999, além do morango, Ânderson cultivava hortaliças, milho e feijão. Com a entrada no Circuito, a produção de morangos foi aumentando, até o abandono dos outros cultivos. De 1999 a 2001, houve um aumento de 30% da produção e da renda da família. Em 2004, metade da produção de morango e derivados era vendida no local, e a outra metade era entregue em Curitiba sob encomenda. De 2005 até hoje, passaram a comercializar toda a produção no empreendimento, sendo que 50% é vendida *in natura* e 50% em alimentos transformados. Parte da produção é congelada para não faltarem derivados do morango durante o ano.

Como Ânderson saiu da propriedade no final de 2005, o casal de pais (Gabriel e Eloí) assumiu o cultivo dos morangos e a produção dos derivados. Essa mudança levou a família a reduzir a produção de duas toneladas de morangos em 2005 para uma tonelada em 2006, pois faltou mão-de-obra, e o casal não tem tradição na agricultura.

Os administradores do empreendimento são os três filhos do casal, e as noras, também ajudam na gestão da Chácara. Em 2001, a família possuía dois empregados permanentes e quatro temporários para a época de colheita. Em 2005, ficaram com apenas um empregado permanente, e um temporário. Em 2007, fomos informados que a família não tem mais empregados permanentes, e, com a redução da produção, só precisa contratar um empregado temporário para a colheita dos morangos.

A compra de produtos de fora para comercializar no empreendimento demonstra que a própria produção de morangos não atende a toda demanda. O turismo apresenta-se como fonte de renda complementar às outras fontes de renda da família.

Apesar de algumas características da agricultura familiar (tamanho da UPVF, mão-de-obra familiar, gestão familiar), não consideramos que esta seja uma família de agricultores. Além da falta de tradição da família na agricultura, a agricultura não é a principal atividade dos membros, nem a principal fonte de renda familiar. Além disso, a agricultura de subsistência é incipiente. A produção de morangos é feita por um único membro da família, que não reside na propriedade, e seu beneficiamento, por d. Eloí. A família não atende, portanto, aos itens 4 e 6 de nossa classificação, apesar de o empreendimento ser familiar. Ao relacionarmos os dados com a classificação da Lei Estadual nº 361/2005, tal família poder ser considerada representante da agricultura familiar.

Entrada no CITUR e implicações

A família está no Circuito desde o início, em 1999, quando foram convidados pela prefeitura, porém já recebiam visitantes desde 1998. O objetivo com o empreendimento turístico foi aumentar a renda e a produção agrícola. As atividades turísticas desenvolvidas giram em torno da comercialização de produtos internos (morango e derivados) e externos à propriedade (queijos, vinhos, etc.). Entre os produtos externos, comercializam vinhos de empreendimentos do CITUR (Vinícolas Franco-Italiano e Pedrinho Strapasson) e outros produtos de Colombo e região.

Até 2001 apenas investiram na ampliação da lavoura de morangos. A partir de 2004, realizaram reformas em um galpão já existente para processar os produtos e receber os visitantes, e pintaram as construções. A família tinha investido cerca de R\$ 10 mil até 2005.

A época de maior visitação é de agosto a janeiro (época do morango), e a maior parte da demanda é de famílias e idosos, que vêm da RMC. Em 2001, informaram que recebiam cerca de 800 visitantes por mês na época da safra, entre veículos particulares e excursões.

Em relação à capacitação para o turismo, fizeram curso de atendimento aos turistas e outros que acharam interessantes. O SEBRAE fez consultoria na propriedade e a família decidiu registrar o empreendimento como empresa no modelo *simples*. A participação dos membros da família no CMT também foi pequena até 2005, quando um filho (Marlon) passou a participar das reuniões.

Sítio Mãe Terra

O sítio Mãe Terra é um empreendimento que tem como principal atrativo a produção de alimentos orgânicos, *in natura* e transformados, comercializados na propriedade. Os produtos oferecidos são hortaliças, queijos, vinhos, suco de uva, geléia, entre outros. O empreendimento é aberto para visitas científicas sobre a produção de orgânicos, e possui trilha, campo de futebol, produtos artesanais e estacionamento.

A propriedade localiza-se na comunidade de Capivari, em uma estrada de saibro, paralela à Estrada da Ribeira, no setor nordeste do município de Colombo. Pegando a Estrada da Ribeira no sentido norte, para Bocaiúva do Sul, há uma placa indicativa do Sítio na margem esquerda da estrada. Após dois quilômetros em estrada de terra, chega-se à propriedade. A estrada tem buracos, mas a sinalização de acesso é boa, porém não há nenhuma placa no local do empreendimento.

Atualmente, os proprietários do empreendimento são os srs. Ednei Bueno do Nascimento (que, além de funcionário da Emater e articulador do Programa Nacional de Turismo Rural na Agricultura Familiar do governo federal entre 2003 e 2007, é um dos idealizadores do Anel de Turismo da Região Metropolitana de Curitiba e do CITUR) e Valter Bianchini, que foi responsável pela Secretaria da Agricultura Familiar no primeiro mandato do governo Lula, e atualmente é secretário estadual de Agricultura e Abastecimento do Paraná.

Como os dois proprietários quase não permanecem em Colombo, a gestão do empreendimento fica nas mãos das suas esposas. O empreendimento é uma segunda residência, pois nenhum dos proprietários reside no local. Estes costumam permanecer na propriedade em alguns fins de semana, e recebem apenas visitas agendadas. A propriedade se constitui, porém, em uma unidade agrícola, mas não de caráter familiar.

Segundo Ednei, a propriedade foi adquirida em 1984 por seis agrônomos, com o objetivo de cultivar produtos orgânicos e aplicar seus conhecimentos. Quando compraram, só existia bracatinga (espécie usada para silvicultura). A produção orgânica foi iniciada em 1988, e a partir de 1990, construíram a infra-estrutura (2 casas sede para as famílias, usadas como segunda residência), sanitários e uma casa para o caseiro.

A propriedade tem 29 hectares, sendo 4 ha com pasto; 6 ha de preservação permanente; 1 ha de parreiral; 8 ha de floresta de bracatinga; 5 ha de horticultura em geral. As esposas de Ednei e de Valter administram a propriedade, e participam esporadicamente das reuniões do CMT.

De 1999 a 2001, possuíam dois empregados fixos e três temporários. Já em 2004, fomos informados sobre a existência de uma empregada doméstica, e dois homens que trabalham na agricultura e moram no bairro Capivari, sendo três empregados fixos.

Produção e comercialização

Toda a produção agrícola é orgânica, e certificada pelo IBD e pela rede ECOVIDA. Produzem cerca de 20 espécies de verduras (alface, rúcula, beterraba, berinjela, tomate, etc.), sendo a maior parte em estufas. Também produzem uva, que é transformada em vinho e suco. Ednei afirma que o suco dá mais lucro que o vinho. O preço de custo da garrafa é de R\$ 1,50, e o preço de venda, R\$ 4,00. A maioria da produção é comercializada na feira de orgânicos, realizada no passeio público de Curitiba, todos os sábados. Chegam a vender 400 kg de produtos por sábado na feira, totalizando R\$ 600,00 por semana.

Produzem cerca de 6.000 litros de vinho tinto (terci) por ano. Possuem cinco pipas de madeira de 500 litros. Em 2004, fomos informados que o vinho é orgânico e feito pelos próprios proprietários. Já a produção de suco de uva é de 4.000 litros/ano. Também produzem cerca de 300 kg de geléia de morango e de uva por ano.

Após a entrada no CITUR, houve um aumento na produção de verduras e uva, na ordem de 10%. Dados de 2001 fornecidos pelos proprietários indicam um aumento de 20% da renda do empreendimento a partir de 1999, ano da inauguração do CITUR. Apenas 20% dos produtos comercializados semanalmente são provenientes da compra direta na propriedade pelos visitantes do Circuito.

Só possuem 8 ovelhas na propriedade. Quanto aos alimentos beneficiados, até junho de 2004 estavam fazendo queijo e doce de leite, além do vinho, da geléia e do suco de uva.

Apesar de ser uma pequena propriedade rural, que produz alimentos orgânicos, não é possível considerar as famílias proprietárias agricultores, pois os dois proprietários têm formação superior e importantes cargos em órgãos públicos vinculados ao desenvolvimento rural. Ambos têm forte influência na formação do Circuito, e a propriedade constitui-se em uma segunda residência voltada ao descanso e ao lazer das suas famílias. O empreendimento não atende, portanto, aos itens 3, 4 e 6 da classificação, e não se caracteriza como agricultura familiar¹⁸³.

Entrada no CITUR e implicações

Ednei participou do projeto de concepção e do desenvolvimento do CITUR, sendo um ator fundamental para a disseminação do turismo rural na agricultura familiar, tanto em nível local e regional, como em todo país. A propriedade foi uma das pioneiras do Circuito, e o objetivo com o empreendimento turístico foi abrir o local para visita e comercialização, com ênfase em visitas técnicas.

¹⁸³ Todavia, pela classificação estadual, seria considerado agricultor familiar.

Não há cobrança para visita, e as atividades turísticas são o colhe e pague de morangos e hortaliças; a observação da produção; a venda direta dos produtos; e a recepção de grupos escolares e universidades para conhecer produção orgânica.

Para receber os turistas, melhoraram os sanitários, o paisagismo, e organizaram o processo de recepção. Não fizeram nenhum financiamento. A propriedade não oferece pernoite e essa é uma das principais solicitações dos turistas. A visitação é de aproximadamente 70 turistas por mês. A maior visitação ocorre no outono e inverno, e a maioria da demanda é da RMC. Os proprietários se dizem satisfeitos com o CITUR, mas sua participação vem sendo reduzida em função das outras atividades que vêm assumindo.

3.2.3. PESQUE-PAGUES

Pesque-pague / colhe-pague Gasparin e filhos

A propriedade rural localizada na Rua Antonio Gasparin, nº 35, no bairro de Bacaetava, abriga duas atividades de interesse turístico, sendo o colhe-pague de hortaliças e legumes; e o pesque-pague, que, além de tanques para pesca, possui campo de futebol, *play-ground*, espaço para refeições e lanchonete. A propriedade fica em frente à igreja de Bacaetava, ao norte da sede municipal, na estrada que leva à gruta de Bacaetava.

A estrada, mesmo asfaltada, apresenta buracos, e não tem acostamento. O tráfego de caminhões é intenso, em virtude do transporte do calcário, explorado em algumas partes do entorno da estrada. As placas de sinalização no acesso foram destruídas e não existem mais. A placa na entrada do empreendimento também se encontra deteriorada, apesar de existir outra placa fora dos moldes do CITUR.

A propriedade tem 12 hectares, herdados pelo atual proprietário, sr. José Adir Gasparin, do seu pai, que foi pioneiro. Na propriedade existem três casas de residência, um paiol, e um espaço que abriga a lanchonete e é usado para servir as refeições que a família prepara aos fins de semana para os visitantes. A propriedade é dividida entre a área de cultivo, as casas, e área do pesque-pague, com cinco tanques, campo de futebol, quiosques com churrasqueiras e *play-ground*.

O sr. José, chefe da família, trabalha com transporte de esterco/adubo (restos de aviários) há 20 anos. Um filho ajuda no transporte, e trabalham durante a semana. Aos fins de semana, ambos trabalham no atendimento dos visitantes do pesque-pague e no preparo das refeições. Outro filho, Edemar, é o único agricultor da família, responsável pela horta e pelo colhe-pague.

Existem quatro mulheres na propriedade, sendo a mãe e a esposa do sr. José, e as duas noras. As mulheres cuidam de serviços domésticos e ajudam a preparar as refeições nos fins de semana. Três crianças também residem na unidade familiar. José tem mais uma filha e um filho, que são casados e moram fora da propriedade.

Em todas as ocasiões, entrevistamos Edemar, porém também conversamos com José. Edemar se diz satisfeito com o trabalho na agricultura e com o atendimento dos visitantes, apesar de ter tido dificuldades para aprender a lidar com os eles, pois é uma pessoa muito simples. Disse também que trabalha até onze horas por dia, e que todos na família trabalham os sete dias da semana.

Produção e comercialização

A agricultura e a piscicultura são as atividades produtivas da família, e a base dos atrativos turísticos do empreendimento. A família produz olerícolas há mais de 50 anos, sendo orgânicas desde 2000. Os peixes são criados desde 1995, a partir da iniciativa de construir os tanques pela EMATER e COMEC. A produção serve para o autoconsumo e para as refeições que são servidas aos visitantes. O pouco excedente é vendido para um supermercado próximo. Os restos das verduras são usados para alimentar os peixes. Não beneficiam nada para comercializar.

Em relação aos peixes, predominam as tilápias no verão, e as carpas e catfish no inverno. No verão, utilizam os cinco tanques da propriedade e, no inverno, apenas dois, pois a visitação cai bastante. Para esgotar os tanques com peixes, fazem venda de peixe vivo perto da semana santa.

A renda da família se divide entre a atividade do pai e a do irmão, que é o transporte (compra e venda) de adubos; e uma aposentadoria do pai, que são responsáveis por 60%; e as atividades internas à unidade produtiva.

Em 2007, com a oferta de refeições, a renda da família com as atividades internas à UPVF (verduras, pesque-pague e refeições), foi de R\$ 10.000,00, sendo R\$ 2.000,00 com o colhe-pague, R\$ 4.000,00 com o pesque-pague, e R\$ 4.000,00 com as refeições. Somados aos cerca de R\$ 12.000,00 obtidos com as atividades externas à unidade produtiva, a família tem hoje uma renda de R\$ 22.000,00, e aguarda mais uma fonte, que é a aposentadoria da esposa de José, em trâmite.

Os empregados na unidade são vizinhos, e geralmente trabalham aos fins de semana. Além de um empregado fixo que ajuda Edemar na lavoura, contratam seis empregados temporários para os fins de semana, sendo duas mulheres e quatro homens, que ajudam nas refeições e no pesque-pague.

Podemos considerar que o referido empreendimento possui agricultura familiar, porém apenas um membro é agricultor em tempo integral (atendendo também os visitantes no pesque-pague). Dois membros possuem empregos externos e não agrícolas

(transporte de cargas), e os demais membros combinam atividades internas à UPVF, sendo atividades agrícolas, paraagrícolas (preparo de refeições) e domésticas relacionadas ao atendimento aos visitantes. Apesar de a família não atender ao critério de renda predominante da UPVF, dentro da UPVF predomina a renda de atividades agropecuárias. Os demais critérios são atendidos.

Entrada no CITUR e implicações

O pesque-pague já funcionava antes da existência do CITUR, e foi incorporado ao mesmo como o principal atrativo da propriedade. O sistema de colhe-pague foi implantado a partir de 2002. A família entrou no CITUR em 2000, após fazerem um curso sobre turismo rural e serem convidados. O objetivo com o turismo foi melhorar de vida, ampliar os conhecimentos e valorizar a agricultura.

Não cobram por visita, mas, para pescar, é cobrado R\$ 1,00. Cobram R\$ 4,50 o quilo do peixe, e R\$ 6,00 o catfish. Cobram mais R\$ 0,50 para limpar os peixes. Não fritam os peixes no local. As churrasqueiras são alugadas por R\$ 10,00. Também alugam o campo de futebol. No colhe-pague, cobram por maço colhido. Não vendem produtos de outros agricultores.

Para a recepção dos turistas, investiram R\$ 1.000,00 para lanchonete e barracão em 2001, e construíram um *play-ground* para as crianças. A prefeitura sugeriu melhorar a cozinha, e fizeram a reforma em 2006. Também deslocaram as churrasqueiras que estavam em Área de Proteção Permanente (APP) e melhoraram o espaço para venda de verduras aos visitantes.

Em 2007, afirmaram que pretendem reformar os tanques (diminuir tamanho) e que estão plantando árvores. Também vão mudar o sistema de irrigação para gotejamento. Entre 2001 e 2002, recorreram a um crédito do Banco do Brasil. Edemar também fez um financiamento pelo Proger, no valor de R\$10.000,00, e disse que está esperando outro recurso solicitado para investir no empreendimento turístico. Diferente das outras famílias, esta busca financiamentos.

Fizeram um curso sobre turismo rural, de dois dias, e em 2006, um curso do SEBRAE. Em 2007 não houve nenhum curso. José sempre participou ativamente do CMT. A propriedade é cadastrada como empresa em virtude do trabalho do pai e do irmão com o transporte de adubo.

Edemar identificou três tipos de turistas em sua propriedade: os grupos que vão ver produção orgânica; aqueles que vão à gruta e param para conhecer o local; e a população local que vai para pescar e passar o dia com a família. A demanda do pesque-pague nos meses de verão ultrapassa dois mil visitantes. De outubro a março, sobretudo nos fins de semana, ocorre a maior visitação, que é majoritariamente de residentes de Colombo e outros municípios vizinhos. A demanda no colhe-pague é de grupos de

estudantes e técnicos interessados na agricultura orgânica, e ocorre durante todo o ano, mas é menor no verão em virtude das férias. Visitantes do CITUR também costumam freqüentar o colhe-pague. A maior parte da demanda é da RMC e a família recebe visitas particulares e excursões.

As atividades turísticas são bem mais diversificadas que nos outros empreendimentos visitados. O pesque-pague e o colhe-pague são os principais atrativos da propriedade, que une lazer, agricultura e piscicultura. O turismo traz uma renda complementar às atividades agrícolas e ao transporte de cargas.

Pesque-pague e Parque Aquático Sítio das Palmeiras

Situada na Rua Francisco Coradin, nº 220, Colônia Faria, a sudeste da sede municipal, o empreendimento é um dos que mais cresceram desde a formação do CITUR. O que era uma unidade de produção e vida familiar transformou-se em um clube de lazer, que tem como principais atrativos tanques para pesca, piscinas com toboágua, e quiosques com churrasqueiras.

Existem dois acessos ao local, sendo um pela estrada da Colônia Faria, ao sul, e outro que passa pelo bairro Maracanã e leva à Estrada da Ribeira. Em ambos, o visitante terá que pegar mais 2,5 km em estrada de terra, em bom estado de conservação. A sinalização de acesso é razoável, mas não há placa do CITUR no local, apesar de existir uma placa feita pelo empreendedor.

O proprietário do empreendimento é o sr. Pedro Rosenente, que nasceu em Colombo e vive na Colônia Faria, porém não na propriedade. A propriedade já era da família, desde a chegada do avô de Pedro, que foi pioneiro. Pedro comprou uma parte, correspondente a 12 hectares. A propriedade está próxima a uma encosta que possui nascentes (segundo o proprietário), e a área é bem organizada paisagisticamente. Existe uma casa de residência, tanques para pesca e pedalinho, o parque aquático, campo de futebol, e uma área de lazer com churrasqueiras e área de mata.

Hoje, residem na propriedade, o filho do sr. Pedro, que também administra o empreendimento, sua nora e um neto. Um casal de funcionários registrados também reside no local, com um filho. Pedro trabalha exclusivamente com o empreendimento. Há também uma filha que reside próxima ao local, e também ajuda na gestão. Todos trabalham no pesque-pague, que fica aberto todos os dias da semana.

A família vivia da olericultura, mas hoje vivem somente com a receita do empreendimento turístico. Pedro trabalhou por 30 anos com verduras. Ainda plantam milho, alface, couve-flor, mas só para consumo da família e no pesque-pague, de modo que a agricultura se tornou residual. O pesque-pague foi inaugurado em 1998, um ano antes da existência do CITUR. O sucesso do empreendimento os levou a abandonar a atividade agrícola, e também a vender parte da propriedade para investir no pesque-

pague. Esse caso é um exemplo de um agricultor familiar que praticamente abandonou a agricultura, se tornou um empreendedor, e hoje depende do turismo para sobreviver.

Produção e comercialização

Produzem cerca de cinco toneladas de peixes por ano, distribuídos em dez tanques, com tilápias, pacus, bagres, carpas, traíras, lambaris e catfish. Já compram os peixes grandes para suprir a demanda do pesque-pague. Todo o peixe é vendido no local, na forma de pesque-pague. Os preços dos peixes são diferenciados conforme a variedade.

De 1999 a 2002, a quantidade de peixes no pesque-pague tinha sido ampliada em 80%, e a renda familiar em 20%. Fazem salgados, lanches, e porções com os peixes pescados, que são limpos e fritos na hora. Ampliaram também a quantidade de churrasqueiras, que de 17 passou para 30. A família cobra R\$ 2,00 de entrada, não permite a entrada de bebidas e som alto, e aluga as churrasqueiras e o campo de futebol para os visitantes. Em 2004, cobravam R\$ 1,00, mas com a ampliação do empreendimento aumentaram a taxa de entrada para R\$ 2,00.

A quantidade de funcionários também aumentou, pois, a partir de 2001, passaram de um para dois empregados fixos, e de dois para seis empregados temporários. Já em 2004, fomos informados sobre a existência de 20 empregados temporários para os fins de semana de verão, e mantiveram-se os fixos. Em 2007, Pedro afirmou ter cinco funcionários permanentes registrados, sendo o casal residente no local, mais três empregados, todos de Colombo. Nos fins de semana de verão, contratam 22 empregados temporários, sendo todos de Colombo também.

Esse caso é muito interessante, pois consiste em um agricultor familiar que abandonou o cultivo de olerícolas em função do pesque-pague. Mesmo possuindo o empreendimento antes da formação do Circuito, ao ter êxito com o pesque-pague, a família preferiu abandonar a agricultura, e vem investindo em melhorias no local. Nesse sentido, o proprietário deixou de ser um agricultor familiar para tornar-se um empresário do meio rural, fato que vem sendo evidenciado como uma das alternativas para os agricultores familiares.

Além de a agricultura de subsistência ser residual, a família não atende aos itens 3, 5 e 7 e, portanto, não corresponderia mais a uma representante da agricultura familiar¹⁸⁴.

Entrada no CITUR e implicações

A idéia de montar um pesque-pague surgiu a partir da iniciativa da EMATER e COMEC, de construir tanques para piscicultura. A entrada no CITUR se deu já em 1999, logo que a família foi convidada pela prefeitura a participar. O objetivo com o turismo foi

¹⁸⁴ Pelos critérios paranaenses, porém, também seriam considerados agricultores familiares.

aumentar a renda e a visitação. As atividades turísticas desenvolvidas concentram-se na piscina, pesca, churrasco, e descanso. Trabalham com pacotes promocionais para grupos.

A família procura melhorar o local a cada ano. Entre 1999 e 2002, investiram R\$ 45.000,00 para a construção de piscinas, piso da lanchonete, e reforma da cozinha, além de R\$ 900,00 para fôlders de divulgação. Posteriormente, construíram uma portaria na entrada, três toboáguas, *play-ground*, espaço para refeições na lanchonete, e espaço para eventos. Também ampliaram as piscinas e churrasqueiras. Comparando o empreendimento em 2005 e 2007, percebemos diversas ampliações nos equipamentos e, conseqüentemente, na capacidade de oferta.

O filho do sr. Pedro fez alguns cursos de capacitação, e o SEBRAE fez consultoria no empreendimento. Em 2006, a propriedade foi cadastrada como empresa, sob influência do SEBRAE. Não participam muito das reuniões do CMT.

Em relação à demanda, o maior período de visitação ocorre nos fins de semana de verão (dezembro a março), chegando até a mil pessoas em um único dia, porém, entre setembro e abril, o fluxo de visitantes é bom. A demanda provém da RMC, sobretudo de Colombo e Curitiba, sendo composta por famílias e grupos escolares. Já no inverno (junho e julho), a demanda cai bastante e a família aproveita para descansar e viajar. Pedro também reclama não ter mais tempo para ir à igreja.

Pesque-pague do Didi

Esse empreendimento está bem próximo ao pesque-pague/colhe-pague Gasparin, no bairro de Bacaetava, mas atualmente se encontra abandonado e desativado. Em 2004, entrevistamos o sr. Luís e d. Mara, que arrendaram o empreendimento do cunhado Dionir Frasso (Didi), que era proprietário. Tanto Luís como Didi nasceram em Colombo. Didi vive próximo ao pesque-pague, e Luís na comunidade rural. Dionir abriu pesque-pague em 1999, e há três anos arrendou para Luís, pois não se adaptou ao atendimento.

A única construção da propriedade era uma casa que servia de bar. Não existiam quiosques nem sombra para pescar e a área já estava desorganizada e praticamente abandonada, pois só era aberta entre a primavera e o verão.

Luís trabalha na prefeitura (não é agricultor), e vive com esposa e três filhos adolescentes que estudam. Um filho também trabalha. Pararam com agricultura há três anos, mas Luís sempre trabalhou na prefeitura. Dionir é agricultor de hortaliças. Sua esposa trabalha na prefeitura. Tem três filhos que estudam, e dois trabalham. As hortaliças produzidas por Didi são vendidas nos mercados. Não é orgânico. Nunca tiveram empregados permanentes no pesque-pague.

Mesmo com o proprietário da área sendo agricultor familiar, a família que arrendou o empreendimento não pode ser denominada como agricultores, pois nenhum deles

trabalha na agricultura. Na época do trabalho de campo, o pesque-pague encontrava-se abandonado, fato que demonstra a pouca preocupação com o empreendimento. O turismo para a família arrendatária era somente um complemento da renda.

Dionir entrou no Circuito logo em 1999, quando convidado pela prefeitura. O objetivo foi aumentar a renda e a visitação. Após não se adaptar, arrendou para Luís (cunhado). Não houve nenhuma mudança na infra-estrutura em função do turismo.

O maior período de visitação se dava aos fins de semana, principalmente no verão. O próprio pesque-pague só abria em fins de semana. Para Luís, o CITUR estava bom, mas decidiu deixar a gestão do empreendimento e o mesmo foi excluído do CITUR. Hoje o empreendimento está abandonado.

3.2.4. OUTRAS CHÁCARAS

Mundo Mel Espaço Rural

A propriedade localiza-se a um quilômetro da igreja da Roseira, em estrada de terra chamada de Estrada da Roseira nº. 90, no Bairro Roseira, setor leste do município. O principal atrativo são os cavalos e a área para lazer, com lago, campo de futebol e salão de festas. O local possui quadra de vôlei de areia e ampla área de gramado com araucárias e outras espécies.

Percebemos que esse setor leste concentra propriedades de segunda residência, e empreendimentos mais elitistas, como hotéis-fazenda, estâncias e criação de cavalos. A propriedade apresenta área de lazer com várias árvores, sobretudo araucárias. Existe um pesque-pague ao lado, mas que não está no CITUR.

A área da propriedade é de sete hectares, distribuídos entre construções, mata e pastagem. A propriedade era do sr. Antonio Oliveira, que já tinha o empreendimento de lazer. Foi comprada no início de 2004 pelo sr. Ivan, que está investindo em reformas. O sr. Antonio (antigo proprietário) morava na Amazônia e, por não ter se adaptado à região, mudou-se.

Ivan nasceu em Curitiba, mas mora no local desde 2004, apesar de trabalhar como perito judicial na capital e de ter outra residência em Curitiba. Ivan administra a propriedade, sua esposa faz doces e compotas, e tem dois filhos que estudam e não trabalham. O antigo proprietário fazia e comercializava doce de leite, queijo tipo minas e frescal e oferecia refeições, e, até 2002, havia investido cerca de R\$ 5.000,00 em benfeitorias e divulgação. Os proprietários atuais fazem doce de leite, queijos, geléia e conservas, para o consumo e para venda aos turistas. O restante é vendido para vizinhos e para turistas nos fins de semana.

As atividades agrícolas são o cultivo de hortaliças, milho e feijão para o consumo familiar e para venda aos visitantes. Possuem quatro vacas de leite e um bezerro. O leite

é usado para o consumo da família e no beneficiamento de produtos para os turistas. Possuem também duas galinhas, três patos e sete cavalos, que foram adquiridos recentemente para o turismo. Existe um tanque para pesca esportiva (pesque e solte), com tilápias; e um canil, onde hospedam cães por curtos períodos (hotel).

Há um casal de caseiros que reside na propriedade, em casa anexa, mas apenas o homem trabalha no local. Sua mulher trabalha em outra propriedade próxima.

Não classificamos o empreendedor como agricultor familiar em virtude de possuir um trabalho assalariado em Curitiba, de não ter significativa atividade agrícola na propriedade, nem identidade com o rural¹⁸⁵. Consideramos que se trata de uma família neo-rural, ou seja, pessoas provenientes do meio urbano que passam a residir no meio rural em busca de tranquilidade e qualidade de vida. Apesar de passarem a residir no rural e a desenvolver atividades “rurais”, a origem e a vivência da família na cidade levam a um predomínio de urbanidades entre seus membros.

Entrada no CITUR e implicações

Ivan se mudou para o interior do município de Colombo em busca de um lugar mais tranquilo para sua família. Ao adquirir a propriedade em 2004, decidiu continuar no CITUR e investiu na propriedade para ampliar sua oferta turística, reformando as baias para os cavalos, casa sede, o galpão, e instalando energia elétrica na área de lazer.

As atividades turísticas são passeios a cavalo (R\$ 5,00/hora), futebol, pesca, churrasco, festas (locação de salão). Oferecem pernoite no salão de festas, mas não têm camas. É possível acampar também. Cerca de 20% da renda familiar é proveniente do turismo, sobretudo de grupos. Quando recebem grupos grandes, cobram entrada e liberam os passeios a cavalo.

A média de visitantes é de 100 pessoas por mês, e a época de maior visitação ocorre nos fins de semana de verão (setembro a dezembro). Famílias da RMC e grupos escolares e de igrejas constituem a demanda principal. Ivan participa das reuniões do CMT e é membro da entidade, representando o grupo de pecuária.

RSR Chinchilas

O empreendimento está localizado na Rua Rafael Greca, nº 900, no bairro São Gabriel, que fica entre a Estrada da Ribeira e a Rodovia da Uva. O acesso se dá pelo setor sul do município, por uma estrada de terra de dois quilômetros, com buracos. A sinalização é ruim, sobretudo no local, pois não há nenhuma placa. Existe outro acesso também por dois quilômetros de estrada de terra.

O casal proprietário é Nilson e Zenira Souza Rosa, que viviam em Curitiba, mas se mudaram em 1998 para Colombo com o objetivo de criar chinchilas. O empreendimento

¹⁸⁵ Pela classificação paranaense, representariam, contudo, a agricultura familiar.

tem como atrativo as chinchilas vivas, apesar de estas serem criadas e abatidas no local para a obtenção da pele, de alto valor comercial (US\$ 35). Existem alguns *souvenirs* das chinchilas (chaveiro com pedaço do rabo e patas), e Nilson oferece cursos para criadores e interessados. Atualmente, ele é presidente da Associação Paranaense de Criadores de Chinchilas.

A propriedade tem um hectare de área e suas construções são uma casa sede, uma casa para o caseiro, e o galpão de criação das chinchilas, com sanitários e *show room* para animais em exposição. Também possuem campo de futebol, salão de jogos e salão de festas. A propriedade é bonita e bem organizada. As atividades turísticas da propriedade são a observação das chinchilas e a compra de *souvenirs*. É cobrado R\$ 1,00 de cada visitante para conhecer a propriedade e ouvir uma palestra.

Os empregados são o casal de caseiros, que fazem serviços gerais. Com eles, moram duas filhas que estudam e trabalham. Além da criação de duas mil chinchilas, há cultivo de alfafa para alimentar os animais. As peles são exportadas.

Entrada no CITUR e implicações

Logo na inauguração, em 1999, entraram no CITUR. Após a entrada no Circuito, aumentaram apenas a produção de chaveiros para os visitantes. Para Nilson, o CITUR não trouxe ganhos expressivos em relação à sua renda.

A demanda é de 20 pessoas/mês, quando não há excursão. O maior fluxo ocorre nos fins de semana, e entre dezembro e fevereiro. Predominam veículos particulares de Curitiba, e grupos de idosos e estudantes.

Nilson e Zenira tiveram participação destacada no fórum gestor do CITUR, que foi o Conselho Municipal de Turismo. Nilson foi presidente do CITUR nos anos de 2005 e 2006, além de ele e da mulher serem do CMT há muito tempo. Nilson afirmou, em reunião do CMT em março de 2007, que não terá muito tempo para o CMT, pois pretende se dedicar à Associação Paranaense de Criadores de Chinchilas.

É um típico caso de um casal neo-rural, que, após viver e trabalhar na capital, decidiu mudar de atividade profissional e morar em um lugar mais tranquilo. Nilson é um empresário, que vive na propriedade, tem na criação das chinchilas a principal fonte de renda, mas não é nem nunca foi agricultor, muito menos agricultor familiar. O casal tem formação de nível superior e aparenta ter uma alta renda com a comercialização das peles de chinchila. Podemos caracterizá-lo como um empresário neo-rural.

Nem pelos abrangentes critérios estaduais da Lei Estadual nº 361/2005 a unidade seria classificada como de agricultura familiar, pois os proprietários não desenvolvem nenhuma atividade agrícola de subsistência, apesar de os seus empregados o fazerem.

Parque de Eventos Sítio do Caqui

O empreendimento está localizado na Rua Antonio Chemin, nº 117, bairro Roça Grande, próximo à Rodovia da Uva. Seu acesso se dá a partir da Rodovia da Uva, passando por uma estrada de terra de um quilômetro. A sinalização de acesso e no local é boa, com placas do CITUR e do sítio. O bairro abriga espaços de lazer de entidades de classe, como clubes de funcionários e associações particulares.

O sítio era aberto todos os dias e oferecia pesque-pague desde 1996. Em 2002, passou a receber apenas grupos agendados, com preferência para eventos de empresas, confraternizações, treinamentos e visitas escolares. Quando era pesque-pague, era arrendado por outra pessoa, que desistiu do negócio. Daí decidiram melhorar o espaço e administrar o negócio.

O casal proprietário reside em Curitiba. Possuem como empregados, duas famílias que moram na propriedade, sendo um casal com dois filhos vindos do nordeste, que já trabalhavam no sítio; e um casal com um filho vindo de Santa Catarina.

Não há produção agrícola na propriedade. No pomar, existem caquis e outras frutas, que são consumidos pelas famílias de caseiros e distribuídos para os visitantes que quiserem. Existem também 50 galinhas para consumo das famílias e dos visitantes; dois cavalos para ajudar no trabalho e para os visitantes; quatro ovelhas; duas vacas de leite; e quarenta patos.

Também não podemos classificar o casal proprietário como agricultores familiares, pois não atendem aos itens 3, 4, 5 e 7. Da mesma forma que no empreendimento RSR Chinchilas, este também não se enquadraria como de agricultura familiar pela lei estadual.

Entrada no CITUR e implicações

A entrada do empreendimento no CITUR ocorreu em 1999 com o pesque-pague, com o objetivo de aumentar a visitação. Após entrarem no Circuito, construíram um salão e reformaram o restaurante do pesque-pague. O período de maior visitação é entre novembro e dezembro (confraternizações de fim de ano).

Não participam das reuniões do CMT, e quando perguntamos sobre o que pensa do turismo, a proprietária respondeu que, apesar de não terem muitos problemas, é preciso um apoio maior da prefeitura.

Esse empreendimento constitui-se em um espaço de lazer onde predominam urbanidades ao invés de ruralidades, apesar de estar inserido no espaço rural. A organização e o paisagismo, a falta de atividades agrícolas, e a própria casa sede, são elementos que dão um caráter de chácara recreativa, e não de um rural agrícola e tradicional. É um empreendimento de turismo no espaço rural, que oferece um rural

simbólico. Os proprietários são empresários, que vivem em Curitiba, e estão investindo em um negócio no meio rural.

Chácara Nativa

Apesar de estar funcionando, a Chácara Nativa é um empreendimento que não faz mais parte do CITUR. Nos trabalhos de campo de 2004 e 2005, procuramos o empreendimento, mas não o encontramos, pois não havia placas indicativas, e o mesmo se encontrava fechado para visitação. Em 2007, encontramos o local, pois o proprietário o reformou e inseriu placas de sinalização próprias, porém não encontramos ninguém.

A chácara situa-se na Estrada da Ribeira, n . 17.200, no bairro Imbuial, estando nas margens da referida estrada, que   asfaltada. O proprietário é um canadense, e vive em Colombo há 20 anos. O espaço oferece trilhas e caminhadas com orientação pedagógica para estudantes, mediante reserva antecipada. Em 2004 foram feitas reformas na propriedade, que passou a ter uma casa de madeira para atender visitantes, sanitários e quiosques.

A equipe da prefeitura responsável pelo CITUR nos informou que o proprietário saiu do Circuito, pois não queria mais receber excursões. Esse caso também corresponde a um neo-rural, que, apesar de residir no local, desenvolve atividades pedagógicas e não possui agricultura.

Moinho Artesanal

O moinho artesanal é um dos empreendimentos mais simples do CITUR, e também um dos que mais possuem problemas em relação   sinalização, divulgação e administração. Apesar de estar na rota mais movimentada do CITUR, na estrada que leva à gruta de Bacaetava, e próximo ao pesque-pague/colhe-pague Gasparin,   difícil visualizar o moinho, pois não há nenhuma placa de indicação do mesmo.

A casa onde ficam os dois moinhos é bem pequena e foi recentemente reformada. Os moinhos foram instalados em 1984, e os produtos oferecidos são o fubá, a quirera, e algumas vassouras feitas pelo proprietário. A propriedade tem um hectare e   do sr. Pedro Gasparin desde 1970, que já está idoso, e   nascido em Colombo. Residem na propriedade Pedro, sua esposa, uma filha com o genro, dois filhos e um neto. Não possuem empregados. A foto 8 mostra o moinho reformado e o sr. Pedro.



Foto 8: Moinho artesanal recentemente reformado, com o proprietário Pedro e seu neto.
Autor: CANDIOTTO, L. Z. P. Mar./2007.

Pedro planta milho, feijão e abóbora, além de verduras para o autoconsumo. Colhe cerca de 6 toneladas de milho/ano, e 300 kg de feijão/ano. Usa o milho para fazer fubá, que vende para agricultores e turistas. Também vende quirera para agricultores vizinhos. Além do milho que produz, compra 10 toneladas de milho para transformar em fubá e quirera.

O lucro com o fubá é de R\$ 300,00/mês, e a renda mensal de Pedro é um pouco superior a R\$ 1.000,00, contando as vendas do fubá e da quirera, e as duas aposentadorias (sua e da esposa). Não conseguimos informações sobre a renda dos outros membros.

Entrada no CITUR e implicações

Foi a prefeitura que procurou Pedro para entrar no CITUR, mas ele não queria. Depois de um tempo, acabou entrando, mas não realizou nenhum investimento ou participou das reuniões, em virtude das dificuldades financeiras e sociais da família. Entrou no CITUR para aumentar renda com a venda do fubá.

Em 2006, Pedro ganhou de um cidadão uma reforma no espaço do moinho, e ficou muito satisfeito, pois o moinho estava praticamente sem condições de receber visitantes. Não ampliaram atividades agrícolas nem equipamentos com o CITUR, pois, além da falta de dinheiro da família, a demanda no moinho é pequena, com cerca de 30 visitantes por mês, concentrados nos fins de semana.

Pedro é claramente um agricultor familiar, pois atende a praticamente todos os critérios de classificação, apesar de os membros da família não serem agricultores¹⁸⁶. Ele também se considera agricultor familiar, em função de produzir para o autoconsumo. O fato de ter a propriedade da terra, de a família residir na propriedade e de todo o trabalho ser executado pela família, isto unido à baixa renda, são indicadores que reforçam a

¹⁸⁶ Não temos dados suficientes para afirmar que a família atende ao critério 4.

posição de Pedro como agricultor familiar. É o agricultor em situação econômica mais difícil entre os empreendedores do CITUR, mas a reforma do moinho deu novo estímulo ao proprietário.

3.2.5. GASTRONOMIA

Dos restaurantes do Circuito, nenhum é de propriedade de uma família agrícola composta por agricultores familiares. Existem restaurantes em propriedades rurais, e administrados por moradores de áreas rurais de Colombo, porém constituem-se em um negócio administrado de forma convencional.

Restaurante e Vinícola Passárgada

O empreendimento está localizado na Rua Orlando Ceccon, nº 128, na comunidade de São João, a leste da sede municipal. Seu acesso é fácil e se dá por uma estrada de asfalto bem conservada. A sinalização de acesso e no local é boa, com placas do CITUR e do proprietário, mas as placas precisam de reformas.

O restaurante está em uma propriedade rural, que também produz vinhos. A vinícola já existe há mais de dez anos, e o restaurante foi aberto antes da criação do CITUR, a cerca de dez anos. As construções da propriedade são uma casa de residência, um galpão, e o restaurante anexo à vinícola. No restaurante, é possível observar as pipas e outros equipamentos usados para a produção do vinho.

Quem administra o restaurante é Nelson Goulart, mas são seus pais que vivem na propriedade desde 1992. Além do casal, mais dois funcionários destinados à manutenção da propriedade residem no local. O restaurante somente abre aos sábados e domingos no almoço, e, para o jantar, somente com reserva antecipada. Nos fins de semana, contratam 12 empregados temporários, todos de Colombo.

Nelson reside e trabalha em Curitiba, mas vai sempre ao empreendimento. De 2004 até setembro de 2005, o restaurante havia sido arrendado¹⁸⁷, pois Nelson havia feito uma viagem longa para Europa.

A produção média de vinho é de 20.000 litros por ano, porém Nelson compra uvas do Rio Grande do Sul. Todo o vinho é vendido no restaurante. Nelson também faz queijos e vinagre. Vendem outros produtos na propriedade. Plantavam verduras até 1999, mas pararam quando montaram o restaurante. Cerca de 60% da renda familiar vem do restaurante. O restante é do trabalho de Nelson em Curitiba e da aposentadoria dos pais.

Não consideramos a família de Nelson como representante da agricultura familiar, pois são neo-rurais, que desenvolvem atividades agrícolas residuais, e são pouco

¹⁸⁷ A pessoa que arrendou o restaurante é atual proprietária de outro restaurante do CITUR, o Bosque Italiano, inaugurado em 2006.

dependentes de atividades agrícolas – a não ser pelo vinho. A maior parte da renda da unidade vem do restaurante, que, apesar de usar alguns ingredientes produzidos na propriedade, é um estabelecimento de serviços inserido no rural. Nem pela lei estadual seria uma unidade de agricultura familiar, pois Nelson não produz para subsistência.

Entrada no CITUR e implicações

Fomos informados de que Nelson é um dos idealizadores do CITUR, sendo fundamental para sua constituição. A abertura aos visitantes se iniciou com a vinícola, que passou a ser aberta para eventos. Em seguida, montaram o restaurante, investindo R\$ 50.000,00, e fazendo financiamento. Quando o CITUR foi inaugurado em 1999, já funcionava a vinícola e o restaurante. Nos três primeiros anos do Circuito, Nelson informou que havia tido um aumento de 80% em sua renda.

As atividades turísticas são: vinícola; refeição no restaurante (rústico e diferente) – comida italiana no fogão a lenha, a R\$ 15,00 o almoço completo; feijoada aos sábados a R\$ 12,00; parque infantil com lago; casa de artesanato. A propriedade também tem espaço para lazer, com bancos, árvores e animais (gansos e patos).

A demanda gira em torno de 1.400 pessoas por mês, e os meses de inverno são os de maior fluxo. Predominam famílias de Curitiba, vindas em veículos particulares, mas também recebem excursões e fazem eventos para idosos.

Nelson participa do CMT e tem influência sobre os empreendedores e sobre a prefeitura. Em algumas ocasiões, se apresenta muito solícito, e, em outras, cobra profissionalismo dos empreendedores. Seu empreendimento é uma empresa.

Ristorante Grande Famiglia

Nas margens da Rodovia da Uva, nº 4270, no bairro Roça Grande, se encontra o restaurante Grande Famiglia. Seu acesso é todo em asfalto e bem fácil para quem vem de Curitiba. O empreendimento é bem sinalizado, com placas do Circuito e do próprio restaurante, e tem uma vista panorâmica. Além das refeições servidas diariamente, o restaurante possui um espaço para lazer de crianças, com parque infantil, pequenos animais (patos, galinhas, coelhos, ovelhas), e um lago com peixes pequenos. Para os adultos, existem redes, cadeiras e bancos ao ar livre.

A proprietária e administradora é Ivete Dagostin, mas o terreno do restaurante é de sua irmã Lurdes (proprietária do Giardino D'Agontin bromélias). O pai de Ivete era agricultor, foi um dos pioneiros de Colombo, mas já faleceu. A mãe de Ivete vive com Lurdes, a poucos metros do restaurante. Ivete deixou a propriedade quando se casou, há mais de 20 anos, indo morar e trabalhar em Curitiba.

Ivete possui dez empregados, todos contratados após o CITUR. Nove residem em Colombo e um em Curitiba. Os funcionários cultivam uma horta orgânica para o restaurante e para o consumo.

Entrada no CITUR e implicações

Após entrarem no CITUR com o empreendimento Giardino D'Agostin, as irmãs perceberam que faltava um restaurante refinado e resolveram criá-lo na propriedade que já era da família, e que se encontra bem localizada. O restaurante foi inaugurado em 2001, após a existência do CITUR e impulsionado pelo aumento da demanda no município.

Segundo Ivete, o objetivo foi oferecer um restaurante rural para uma demanda elitizada, com pratos nacionais e internacionais. A maior parte da infra-estrutura foi construída recentemente. Antes só havia uma casa, que foi reformada. Houve um investimento de R\$ 120.000,00 no negócio, com móveis, utensílios, reforma do imóvel, paisagismo e decoração, mas não recorreram a financiamento.

A média de visitantes é de 1.000 por mês, e o maior período de visitas nos fins de semana. Famílias de classe média e alta são as que mais freqüentam o restaurante.

Ivete atualmente participa do CMT. Em 2004, Ivete afirmou que participava das reuniões, mas, após a formação do CMT, deixou de ir às reuniões, ao entender que as decisões ficaram centralizadas na prefeitura. Com a mudança na gestão municipal e do CITUR a partir de 2005, Ivete voltou a participar do CMT.

Apesar de o CITUR ter forte influência na criação do restaurante, atualmente a demanda no restaurante não depende dos visitantes do Circuito. Boa parte dos freqüentadores sai de Curitiba para ir exclusivamente ao restaurante. Isso também ocorre com outros restaurantes do CITUR (Passárgada, Bosque Italiano). Apesar de os empreendedores afirmarem que indicam outros empreendimentos, ao aplicarmos questionários com visitantes no restaurante Grande Famiglia, percebemos que a maior parte dos entrevistados não conhece outros empreendimentos do CITUR, e sequer sabe da existência do Circuito de Turismo.

Restaurante Piatto Nobile

Situado na Rua José Leal Fontoura, nº 583, na sede de Colombo, é o único restaurante do centro da cidade inserido no CITUR. O restaurante serve refeições na forma de bufê e rodízio de carnes, não tendo um diferencial que o vincule ao CITUR. Foi montado em outubro de 2003, mas antes funcionava com outro nome (Espeto de Ouro) e já fazia parte do CITUR. O atual proprietário, sr. Rogério, é nascido e reside em Colombo. Possuem sete empregados, todos de Colombo.

Casa Nostra Café Colonial

Localizado na Rodovia da Uva, nº 5447, no bairro Roça Grande, anexo a um posto de combustíveis, o empreendimento oferece café colonial, com pães, bolos e tortas, além de jantares às quintas-feiras, e almoço tradicional italiano aos fins de semana. Seu acesso é fácil e bem sinalizado.

O café e restaurante funcionava em uma casa tombada pelo governo estadual em 1982, também nas margens da Rodovia da Uva. Em 2005, a proprietária Evanda, teve, porém, que deixar o local. Evanda vive desde 1998 em Colombo, e montou o empreendimento em 2002, após convite da equipe da prefeitura. Evanda vive do empreendimento, e possui três empregadas, residentes em Colombo. A demanda é de 500 pessoas por mês, sobretudo nos fins de semana. Para ela, o CITUR teve “altos e baixos”, mas agora está equilibrado e bem divulgado. Evanda não é agricultora e a classificamos como uma pequena empresária.

Restaurante Bosque Italiano

O restaurante é um empreendimento novo, inserido no CITUR em 2006. Situado na Rodovia da Uva, km 8, próximo à sede municipal, é um restaurante que busca resgatar ruralidades, tendo como atrativos os pratos preparados em fogão a lenha, a hospitalidade dos proprietários, e um ambiente rural com árvores e um lago. Além das refeições, possuem espaço para descanso em redes embaixo de árvores, e um campo de futebol para os clientes.

O casal de proprietários, Denise e Mello, conheceram o CITUR como turistas e, posteriormente, arrendaram o restaurante Passárgada durante o período em que Nelson Goulart esteve viajando. Quando deixaram o Passárgada, em outubro de 2005, decidiram montar o restaurante.

A propriedade onde está o restaurante é arrendada, e o casal reside em São José dos Pinhais. Mello é consultor e assessor de gestão, e apresenta uma visão do turismo como negócio, apesar de valorizar aspectos culturais no seu empreendimento. O objetivo com o restaurante foi oferecer pratos preparados no fogão a lenha e um ambiente tranquilo com características rurais.

A propriedade é protegida, pois se encontra em área de mananciais. Dos 29 hectares, apenas 2,5 são destinados ao restaurante. O espaço do restaurante era um antigo salão de festas da propriedade. Existem três funcionários que residem na propriedade, que cultivam abóbora e milho, usados no restaurante e para mostrar aos visitantes. Mello tem mais oito empregados para o restaurante.

A demanda é de aproximadamente 500 visitantes por mês, sendo 90% de Curitiba. Assim como os restaurantes Grande Famiglia e Passárgada, este também é um

empreendimento elitizado e voltado para a população da capital. O período de maior visitação se dá em fins de semana, sobretudo no inverno.

Mello afirma que a receita mensal do restaurante é de R\$ 50.000,00, e que o empreendimento corresponde a 90% da renda familiar.

Para Mello, o CITUR só existe por causa dos empreendedores, pois não há incentivo do Estado e muito pouco do município. Não há uma política para o CITUR, pois a prefeitura não vê o turismo rural como negócio que gera emprego e renda para Colombo. O empreendedor acredita ser preciso terceirizar a exploração do potencial turístico de Colombo pelos empreendedores, e destaca os empreendedores como os principais atores do processo.

Mello afirma não saber o que atual gestão vem fazendo pelo CITUR e, em relação ao CMT, disse que tem poucas ações, e que Conselho não faz diferença, porém, sua esposa, Denise, participa como suplente. Fizeram o curso do SEBRAE sobre empreendedorismo e atendimento, organizado pela prefeitura, e são cadastrados como empresa. Apesar de existir uma agricultura residual praticada por alguns empregados, não é possível classificar o empreendedor como agricultor familiar nem o empreendimento como de agricultura familiar, seja por nossos critérios, ou mesmo pelos critérios paranaenses.

3.2.6. COMÉRCIO DE MUDAS E PLANTAS

Art Plant

A propriedade situa-se às margens da Rodovia da Uva, nº 495, no Bairro Roça Grande, próxima ao Restaurante Grande Família. Seu acesso é todo asfaltado. Não há sinalização do CITUR no local, mas no caminho. Existe um *outdoor* no local, porém sem referência ao Circuito.

O proprietário é Marcelo Socher, que nasceu em Colombo, e reside na propriedade com a família. A propriedade era do avô e, após divisão de terra entre família, o pai ficou com uma parte. A família está no local há 60 anos.

O pai de Marcelo era produtor de olerícolas, mas abandonou a produção agrícola em março de 2004, pois é idoso e está cansado. Marcelo não quis continuar na agricultura, e esta se tornou residual para a família. Hoje, os pais de Marcelo vivem de duas aposentadorias provenientes do trabalho na agricultura.

A família plantava verduras (um milhão de mudas/mês) e flores (250 mil mudas/mês), mas terceirizou o serviço a partir de 2002, deixando a agricultura.

A irmã Matilde trabalha no estabelecimento e é massoterapeuta. Tem um filho que está no Exército e uma filha (Daniele) que também trabalha no empreendimento e é formada em administração. Marcelo administra o estabelecimento. Sua esposa ajuda nas

vendas, trabalha em casa e tem dois filhos. Marcelo tem uma visão bem capitalista e afirma que seu objetivo é ganhar dinheiro, não importa com qual atividade.

Possuem 13 empregados que ajudam no trato com as plantas, porém Marcelo falou mal dos funcionários e disse que, se pudesse, não teria nenhum. A empresa tem 15 anos, e começaram somente com mudas. Hoje, compram cerca de 100 mil mudas/mês de hortaliças e 20 mil de flores. Cerca de 30% da renda familiar vem da empresa.

O pai ainda planta milho, verduras e frutíferas (caqui, pêssago) só para o consumo da família. Fazem conserva de pepino e doces para autoconsumo, e vendem produtos de outros agricultores de fora do CITUR (vinho e artesanato). Também divulgam material informativo do Restaurante Bosque Italiano.

A mudança na gestão da propriedade para as mãos de Marcelo, as possibilidades de estudo dos membros mais jovens da família e a abertura do estabelecimento comercial levaram ao abandono das atividades agrícolas antes desenvolvidas e a transformações no núcleo familiar, que antes era composto por agricultores familiares. Atualmente, podemos classificar Marcelo como um empresário, apesar de este ter nascido na propriedade, vivenciado um cotidiano agrícola e ainda residir no estabelecimento familiar. Marcelo é um filho de agricultor familiar que abandonou a agricultura e decidiu trabalhar com comércio, tendo seu próprio estabelecimento. Não o consideramos agricultor familiar, sobretudo por sua racionalidade economicista e seu individualismo.

Entrada no CITUR e implicações

Marcelo entrou no Circuito em 1999 com o objetivo de conquistar novos mercados. O empresário já fazia parte da associação de produtores agrícolas de Colombo (APAC), foi convidado pela prefeitura, e logo entrou. A atividade exercida limita-se à comercialização de flores e mudas.

Para atender os visitantes, fez melhorias no empreendimento. Teve apoio da prefeitura na terraplanagem do terreno. Recorreu a financiamento do PROGER para montar a empresa, mas disse que não gosta de fazer financiamentos.

A média de visitantes é de 200 pessoas por mês, fora os consumidores assíduos. Mais visitas ocorrem nos fins de semana, sobretudo de idosos. No verão, há redução no número de visitantes, mas de março a dezembro o fluxo é bom.

Sobre as reuniões do CMT, disse que participa, mas não acredita muito na gestão coletiva. É uma pessoa individualista. Disse que os turistas não respeitam a mercadoria, e danificam as mudas.

Giardino D'Agostin Bromélias

A propriedade está na margem da Rodovia da Uva, ao lado do Restaurante Grande Família, e o acesso é todo em estrada de asfalto. A entrada é bem sinalizada, porém, em virtude do tráfego intenso de veículos, a entrada e a saída da estrada que dá acesso é um pouco perigosa. Existe placa do Circuito no local e no caminho.

A área onde ficam as bromélias faz parte da residência de Lurdes e da sua mãe. Já comercializavam bromélias, e entraram no CITUR em 1999, com o objetivo de aumentar a venda de mudas. A prefeitura chamou para a reunião sobre o Circuito e logo entraram.

Após oito anos no CITUR, Lurdes decidiu recentemente retirar o empreendimento do Circuito, alegando não ter mais disposição para receber visitas. Hoje, só atendem os fregueses e não estão mais abertos ao público.

Chácara Gueno

A chácara Gueno faz parte do CITUR desde 2000, apesar de não constar nos folders e catálogos de divulgação do Circuito. Localizada na Colônia Faria, a chácara produz e comercializa mudas, sobretudo de palmeiras. O proprietário é Ivo Gueno, que vive na propriedade junto com seu sobrinho Julio, que também administra o empreendimento. Contudo, ambos possuem outro trabalho assalariado fora da propriedade, sendo pluriativos, com atividades agrícolas internas ao estabelecimento, e trabalho assalariado não agrícola externo.

O sr. Ivo tem características de agricultor, apesar de possuir outra profissão. A produção de mudas, além de uma atividade alternativa, é um *hobby* para Ivo. Não o classificamos como agricultor familiar, por este ter como principal fonte de renda o trabalho assalariado externo à UPVF, em uma atividade industrial, e por ter uma agricultura residual, porém, predominam as ruralidades na identidade de Ivo.

Ivo afirma que a produção e as vendas aumentaram com inserção no CITUR, mas enfrenta problemas até hoje com a falta de placas e de divulgação. Atualmente, Ivo e Julio vêm participando das reuniões do CMT. Avaliam o CITUR como bom, mas têm críticas à atual equipe da prefeitura que administra o turismo.

3.2.7. HOSPEDAGEM (Pousadas e Hotéis)

Pousada Sítio da Alegria

Situada no município de Campina Grande do Sul, na Estrada do Saltinho, nº 1300, a pousada oferece calefação, café colonial, bufê com pratos internacionais e atividades de lazer orientadas. Só recebem com reserva antecipada. O acesso ocorre pelo setor leste do município, na Estrada da Roseira, por uma estrada de terra com quatro quilômetros, em estado regular. É um empreendimento distante dos demais.

A família proprietária reside em Curitiba e é composta por um casal e um filho adulto. Cristina administra a pousada de Curitiba (sede administrativa) e cozinha nos fins de semana. Seu marido é o proprietário do sítio e cuida da parte externa. O filho, Geraldo, é biólogo e gerente do negócio, e cuida das atividades internas do empreendimento. Geraldo também é membro ativo do CMT e presidente da ECITUR (Associação dos Empreendedores do Circuito Italiano de Turismo Rural).

O sítio é da família desde 1983, e foi comprado. É uma chácara de segunda residência, que foi transformada em pousada. A área é de 245.000 m² (24,5 ha), sendo 6 hectares de RPPN (Reserva Particular do Patrimônio Natural). Empregam um casal de caseiros para serviços gerais.

Produzem feijão, milho, mandioca e horta para alimentar porcos, gado e galinhas, e para a pousada. Possuem seis cavalos (manga larga) usados no turismo (cavalgadas e charrete); 40 galinhas para consumo da pousada; 10 gansos; 12 marrecos; 15 patos; 3 porcos; e 4 vacas de leite para produção de derivados. Os animais são usados para atividades de lazer, para observação, e alguns para alimentação dos visitantes. Há também um lago que, na metade rasa, tem tilápias para o consumo dos turistas, e na parte funda é usado para lazer (caiaque, pedalinho). Fazem doce de leite, queijo, iogurte, coalhada e requeijão, sendo tudo para o consumo da pousada.

A família empreendedora é composta por neo-rurais, que não têm nenhuma identidade com a agricultura, muito menos com a agricultura familiar. A renda com o empreendimento é secundária, e as atividades agrícolas são residuais e direcionadas ao turista. As atividades de subsistência existentes são de responsabilidade dos empregados, e, portanto, o empreendimento não seria representativo da agricultura familiar nem pela lei paranaense, pois os administradores não são produtores rurais.

Entrada no CITUR e implicações

Entraram no Circuito em 2000, com o objetivo de garantir a auto-sustentabilidade do sítio, mas a pousada já existe desde 1996. Pensaram em montar uma pousada no estilo europeu, para uma demanda elitizada. A única mudança que fizeram após a entrada no CITUR foi fechar o portão de acesso, que ficava aberto, pois, como trabalham com visitas agendadas, não necessitam deixar aberto. Fizeram um curso de turismo rural oferecido por Colombo. Para a proprietária, a prefeitura de Colombo incentiva, com a formação do CMT, reuniões, material de divulgação.

O maior período de visitas é de novembro a fevereiro, e nas férias de julho. A demanda é concentrada em famílias e casais de classe média e média alta da RMC, sobretudo da capital.

A pousada oferece sete apartamentos com calefação, que abriga de 18 a 25 pessoas. O valor da diária é de R\$ 90,00 por pessoa no inverno. Fazem preços diferentes

de alta e baixa temporada. Trabalham com reserva e 50% adiantado. Estão no Guia Quatro Rodas e têm *site* na internet.

Possuem dois caiaques e dois pedalinhos. Fazem trilhas ecológicas para observação de animais, dos bosques e de uma cachoeira. Como é uma área de RPPN e Geraldo é biólogo, a conservação ambiental é um dos atrativos explorados.

Estância Roseira

Localizada na Estrada da Roseira, nº 89, a estância oferece pernoite em apartamentos, passeios a cavalo, charretes, lago, parque infantil, campo de futebol e salão de festas. Seu acesso é por estrada de terra, porém fácil. Existe sinalização de acesso do Circuito, e sinalização própria no local. O proprietário é o sr. Antonio Carlos, que reside em Curitiba. A propriedade é da família há 33 anos e, além de estância, é usada para pecuária de corte. Existem cerca de 50 cabeças de gado e 20 cavalos na propriedade. Existe um lago para a pesca pelos turistas. A pousada possui quatro chalés.

Apesar de ser pecuarista, não classificamos o sr. Antonio como agricultor familiar, pois este é um empresário do agronegócio, que também vem investindo no setor de lazer e turismo. Os empregados da propriedade são um casal de caseiros vindos do norte do Paraná, com três filhos, mas só o casal trabalha.

Antonio entrou no Circuito em 2000, mas a estância já existia. Para o proprietário, o Circuito não interferiu na visitação. Em 2005, foi construído um espaço para eventos, que é alugado. Participa do CMT na parte de hospedagem, e acha que há muito que se fazer para organizar o CITUR.

A diária com pernoite é de R\$ 240,00 o casal, R\$ 35,00 para crianças de 2 a 5 anos, e R\$ 75,00 para crianças de 6 a 12 anos. Recebem pessoas para passar o dia, e cobram R\$ 50,00, com direito a refeição, passeio a cavalo e uso da piscina. Os passeios a cavalos custam R\$ 20,00 a hora e R\$15,00 meia hora.

Curitiba Parque Hotel

Localiza-se na BR 116, km 389, e encontra-se próximo aos empreendimentos da Colônia Faria. O hotel oferece 44 apartamentos, e possui piscina, salão de jogos, restaurante, sala de eventos, campo de futebol e parque infantil.

O proprietário é Tiago Demeneck, que mora em Curitiba, e não é de Colombo. A propriedade possui 5.000 m² de área verde. Existem cerca de 30 empregados, sendo uns 10 de Colombo e o restante de Curitiba e outros municípios próximos. As diárias giram em torno de R\$ 50,00.

Para o proprietário, o CITUR tem pouca influência na demanda do hotel, e o envolvimento do hotel com o Circuito é bem pequeno.

Hotel e Churrascaria Bela Vista

Também se encontra na BR 116, km 82 s/n, próximo ao Curitiba Park Hotel. Os proprietários são Michele Pederiva e Egídio Oneodir, que são do Rio Grande do Sul, mas são donos do hotel desde o início. A área é de 3.500 m². O hotel oferece 44 apartamentos, sendo 12 suítes; salão de jogos; centro de convenções; centro de estética, restaurante/churrascaria e campo de futebol.

Possuem 25 empregados, sendo três de Quatro Barras, oito de Campina Grande e o restante de Colombo. Para os proprietários, o CITUR contribuiu para o aumento da clientela no início, mas hoje, não faz muita diferença.

Hotel Estância Betânia

Situado no Bairro Roseira, próximo à Estância Roseira e ao Mundo Mel, o hotel é o mais bem estruturado do CITUR, e guarda um ambiente rural, sem deixar de lado o conforto de seus visitantes. De propriedade da Irmandade Evangélica Betânia¹⁸⁸, de Curitiba, o hotel existe há 17 anos, e tem uma área de 165.000 m². Seu acesso mais fácil se dá pela Estrada da Roseira. Após a Igreja da Roseira, são mais 2,5 km em estrada de terra.

O hotel oferece 25 apartamentos em estilo europeu e com calefação; piscina térmica coberta; sauna seca e úmida; lago para pesca; bosques com trilhas especiais para caminhadas; parque infantil; mini-golfe; salão de jogos; salão de eventos; salas de DVD, leitura e TV; e refeições. A diária de solteiro é superior a R\$ 250,00, sendo um espaço bastante elitizado, contudo, o hotel também funciona como Centro de capacitação profissional em hotelaria. As refeições estão incluídas na diária. A demanda gira entre 700 a 800 visitantes/mês, e há pouca sazonalidade.

Hotel Quintas de Bocaiúva

O hotel Quintas de Bocaiúva localiza-se próximo à Estrada da Ribeira, na comunidade de Capivari, e abriga também o restaurante “Sabores do Campo”. A propriedade está ao norte do município de Colombo, distante de outros empreendimentos.

Em 2004, entrevistamos o proprietário e gerente Eduardo, que é de Curitiba, e vivia na propriedade, que tem 74 hectares, e pertence à família há 20 anos. Em 2007, Eduardo informou que havia fechado o hotel e o restaurante, e que vem se dedicando à criação de ovelhas. O hotel funcionava desde 1998. Eduardo, sua esposa e duas filhas, moravam na propriedade, com mais quatro funcionários. Tinham mais dois empregados que moravam nas proximidades. Hoje, a família reside em Curitiba.

¹⁸⁸ A Irmandade também possui uma sede administrativa e uma escola em Curitiba, além de uma creche que atende crianças carentes em Colombo.

Também consideramos Eduardo um pecuarista com características empresariais, não podendo ser classificado como agricultor familiar.
















Entrada no CITUR e implicações

Eduardo disse que entrou no Circuito de Turismo no início, em 1999, e que já foi membro do CMT. De forma geral, o empreendedor acha que o Circuito contribuiu para o aumento da demanda no hotel, e investiu no mesmo após a criação do CITUR. Além de ampliarem algumas atividades, construíram mais dois apartamentos.

Além do hotel, o casal criava ovelhas e vendia para uma empresa que faz o abate. Eram cerca de 120 ovelhas. Galinhas, perus, patos entre outros pequenos animais eram criados para a observação dos visitantes, e para o consumo da família e dos turistas. Existiam também 15 cavalos, usados para passeios e para serviços gerais.









O hotel é composto por cinco chalés e dez apartamentos, capela, salão de jogos, quiosques e quadras esportivas, piscina, campo de futebol, lago e casa de bonecas. Nas diárias, eram inclusas quatro refeições. Alguns espaços eram alugados para eventos e festas. O restaurante “Sabores do Campo”, com vista panorâmica e capacidade para 250 pessoas, também foi destativado.

Em 2005, Eduardo fechou o hotel e decidiu investir na criação de ovelhas. O proprietário alegou que a sazonalidade dificultava o pagamento dos funcionários. A falta de mão-de-obra especializada foi apontada como outro fator. Hoje trabalha com mais de 300 ovelhas, vendendo-as. Eduardo pretende vender a propriedade por R\$ 1.200.000,00 ou reabrir somente o restaurante “sabores do campo”.

Empreendimento	Origem	Residência	Entrada CITUR	Objetivo	Atrativos turísticos	Atividades produtivas	Demanda anual	Tipo de empreendimento	Tipo de empreendedor
Vinícola José Secon	Colombo	propriedade	2002	Aumentar a freguesia do vinho	- vinhos e licores - parreiral e vinícola	 olericultura  viticultura  vinicultura	1.700 visitantes	Vinícola na propriedade	Agricultor familiar
Vinícola Dirceu Cavalli	Colombo	propriedade	2000	Aumentar a freguesia do vinho	- vinhos, suco de uva e graspa - parreiral e vinícola	 olericultura  viticultura  vinicultura	3.600 visitantes	Vinícola na propriedade	Agricultor familiar
Vinícola Odilon Cavalli	Colombo	propriedade	1999	Divulgar o vinho e aumentar freguesia	- vinhos e vinícola - animais	 olericultura orgânica  viticultura  vinicultura	600 visitantes	Vinícola na propriedade	Agricultor familiar
Vinícola Pedrinho Strapasson	Colombo	propriedade	1999	Divulgar o vinho e aumentar freguesia	- vinhos e doces - parreiral e vinícola	 olericultura  viticultura  vinicultura	3.100 visitantes	Vinícola na propriedade	Agricultor familiar
Vinícola Franco Italiano	Colombo	propriedade	1999	Aumentar a freguesia e a produção de vinhos	- vinhos, vinagre, graspa, sucos - vinícola	 olericultura  viticultura  vinicultura	6.000 visitantes	Vinícola na propriedade	Agricultor familiar
Chácara Morango Natural	Colombo	propriedade	1999	Divulgar a agricultura orgânica e aumentar as vendas	- morangos orgânicos, suco, licor, doces - estufas com os morangos	- cultivo de morangos e hortaliças orgânicos -processamento de morangos	2.400 visitantes	Morangos orgânicos e derivados	Agricultor familiar
É da Pam	Colombo	propriedade	1999	Aumentar a renda e a produção agrícola	- morangos orgânicos e geléia - café colonial	- cultivo e processamento de morangos	4.000 visitantes	Morangos orgânicos e derivados	Neo-rurais Agricultura e turismo são atividades secundárias
Sítio Mãe Terra	Curitiba	Curitiba	1999	Abrir o local para visitação e comercialização	- produção agrícola orgânica - produtos beneficiados - campo de futebol - visitas técnicas	- cultivo e venda de alimentos orgânicos diversos (<i>in natura</i> e processados)	850 visitantes	Segunda residência com produção agrícola e aberta ao turismo	Neo-rurais Agricultura e turismo são atividades secundárias




QUADRO 5 - SÍNTESE DOS EMPREENDIMENTOS DO CIRCUITO ITALIANO DE TURISMO RURAL

(Continua)

Empreendimento	Origem	Residência	Entrada CITUR	Objetivo	Atrativos turísticos	Atividades produtivas	Demanda anual	Tipo de empreendimento	Tipo de empreendedor
Pesque-pague / colhe-pague Gasparin e filhos	Colombo	propriedade	2000	- Melhorar vida - Ampliar o conhecimento - Valorizar a agricultura	- pesca - colhe-pague - refeições aos fins de semana - campo de futebol	 piscicultura  colheita de alimentos  futebol  churrasco	20.000 visitantes	Pesque-pague e colhe-pague	Agricultor familiar, com membros com trabalho assalariado não agrícola
Pesque-pague Sítio das Palmeiras	Colombo	Bairro de Colombo	1999	Divulgar empreendimento e aumentar a renda	- pesca - piscinas - toboágua - quiosques com churrasqueiras - lanchonete	 piscicultura	25.000 visitantes	Pesque-pague	Empresário de lazer que era agricultor familiar
Pesque-pague do Didi	Colombo	propriedade rural próxima	1999	Aumentar visitação e renda	- pesca	- piscicultura	Empreendimento desativado	Pesque-pague	Morador rural com emprego assalariado na cidade Pesque-pague era secundário
Mundo Mel Espaço Rural	Curitiba	propriedade	1999 Mudou de dono em 2004	Novo negócio unido à mudança da família de Curitiba para Colombo	- passeios a cavalo - campo de futebol - lago para pesca - salão de festas - área para outros esportes	 hotaliças, milho, feijão e leite para consumo do empreendimento  queijos e doce de leite	1.200 visitantes	Chácara de lazer	Neo-rural Empreendimento é secundário na renda familiar
RSR Chinchilas	Curitiba	propriedade	1999	Divulgar a criação de chinchilas	- observação das chinchilas - compra de peles e <i>souvenirs</i>	 criação de chinchilas	300 visitantes	Criação de chinchilas	Neo-rural Empresário do setor de chinchilas

QUADRO 5 - SÍNTESE DOS EMPREENDIMENTOS DO CIRCUITO ITALIANO DE TURISMO RURAL

(Continua)

Empreendimento	Origem	Residência	Entrada CITUR	Objetivo	Atrativos turísticos	Atividades produtivas	Demanda anual	Tipo de empreendimento	Tipo de empreendedor
Parque de Exposições Sítio do Caqui	Curitiba	Curitiba	1999	Aumentar a visitação	- espaço para eventos e confraternizações - parque infantil - centro de convenções - lago - bosque com árvores frutíferas	 leite e ovos para consumo interno	2.000 visitantes	Chácara de lazer, alugada para eventos	Empresário sem vínculos com o rural
Moinho Artesanal	Colombo	propriedade	2001	Aumentar venda do fubá	- moinhos e preparo do fubá	- cultivo de milho - cultivo de feijão, abóbora e verduras para consumo - produção do fubá e quirera	360 visitantes	Espaço para moagem do milho em propriedade agrícola	Agricultor familiar, com membros com trabalho assalariado fora da agricultura
Chácara Nativa	Colombo	Colombo	2000	Divulgar empreendimento	- trilhas pedagógicas - palestras	-----	Empreendimento saiu do CITUR	Chácara de lazer e espaço pedagógico	Neo-rural Empresário
Restaurante e Vinícola Passárgada	Curitiba	Curitiba	1999	Divulgar vinhos e o restaurante	- vinícola - restaurante - parque infantil - lago	- horta para consumo	16.000 visitantes	Restaurante e vinícola em propriedade rural	Empresário de lazer, com trabalho assalariado em Curitiba
Ristorante Grande Famiglia	Colombo	Curitiba	2001	Oferecer um restaurante rural para uma demanda elitizada	- refeições - <i>play-ground</i> - espaço para lazer, com lago, pequenos animais e redes	 horta para consumo  criação de galinhas para ovos	12.000 visitantes	Restaurante rural	Empresária, filha de agricultor
Restaurante Piatto Nobile	Colombo	Colombo	1999	Divulgar restaurante	- refeições (bufê e rodízio)	-----	Não informado	Restaurante comum	Empresário
Casa Nostra Café Colonial	Santa Catarina	Colombo – desde 1998	2002	Aumentar freguesia	- café colonial - refeições	-----	6.000 visitantes	Restaurante e café colonial	Empresária

QUADRO 5 - SÍNTESE DOS EMPREENDIMENTOS DO CIRCUITO ITALIANO DE TURISMO RURAL

(Continua)

Empreendimento	Origem	Residência	Entrada CITUR	Objetivo	Atrativos turísticos	Atividades produtivas	Demanda anual	Tipo de empreendimento	Tipo de empreendedor
Restaurante Bosque Italiano	São José dos Pinhais	São José dos Pinhais	2006	Divulgar o empreendimento	- refeições - espaço para lazer, com bosque, lago e redes - campo de futebol	- abóbora, milho e hortaliças para uso no restaurante	6.000 visitantes	Restaurante rural	Empresário
Art Plant	Colombo	propriedade	1999	Conquistar novos mercados	- mudas e plantas	- horta e galinhas para consumo	2.500 visitantes	Comércio de mudas e plantas	Empresário
Giardino Dagostin Bromélias	Colombo	propriedade	1999	Aumentar as vendas	- plantas	- horta e galinhas para consumo	Empreendimento saiu do CITUR	Comércio de plantas	Empresária, filha de agricultor
Chácara Gueno	Colombo	propriedade	2000	Aumentar as vendas	- mudas	-----	Não informado	Comércio de mudas	Morador rural com trabalho assalariado na cidade
Pousada Sítio da Alegria	Curitiba	Curitiba	2000	Garantir a auto-sustentabilidade do empreendimento	- pousada - café colonial - bufê com pratos internacionais - trilhas ecológicas - atividades orientadas - cavalos	- atividades agrícolas diversas para auto consumo - criação de animais para consumo e observação	Não informado	Pousada rural	Neo-rurais Empresários Segunda residência
Estância Roseira	Curitiba	Curitiba	2000	Divulgar empreendimento	- apartamentos - passeios a cavalo e charretes - lago - parque infantil - campo de futebol - salão de festas	-----	Não informado	Estância rural	Empresário

QUADRO 5 - SÍNTESE DOS EMPREENDIMENTOS DO CIRCUITO ITALIANO DE TURISMO RURAL

(Continua)

Empreendimento	Origem	Residência	Entrada CITUR	Objetivo	Atrativos turísticos	Atividades produtivas	Demanda anual	Tipo de empreendimento	Tipo de empreendedor
Curitiba Parque Hotel	Curitiba	Curitiba	2000	Foi convidado. CITUR influencia pouco	- 44 apartamentos - piscina - salão de jogos - restaurante - sala de eventos - campo de futebol - parque infantil	-----	Não informado	Hotel	Empresário
Hotel Bela Vista	Rio Grande do Sul	Curitiba	2000	Foi convidado. CITUR influencia pouco	- 46 apartamentos - salão de jogos - centro convenções - centro de estética - churrascaria - campo de futebol	-----	Não informado	Hotel	Empresário
Hotel Estância Betânia	Curitiba	O Hotel é de uma irmandade evangélica de Curitiba	2000	CITUR não interfere	- 25 apartamentos - piscina térmica - saunas - lago para pesca - campo de futebol - bosques e trilhas - parque infantil - salão de jogos - salão de eventos - salas de leitura e TV	-----	10.000 visitantes	Estância/Hotel rural	Empresários
Hotel Quintas de Bocaiúva	Curitiba	Curitiba	1999	Divulgar hotel e restaurante	- chalés e apartamentos - capela - salão de jogos - quiosques - quadras esportivas - piscina - campo de futebol - lago - casa de bonecas	- criação de ovelhas	Empreendimento desativado	Hotel rural	Empresário

QUADRO 5 - SÍNTESE DOS EMPREENDIMENTOS DO CIRCUITO ITALIANO DE TURISMO RURAL

FONTE: Pesquisas de Campo (2003-2007).
Org. CANDIOTTO, L. Z. P.

4. DESENVOLVIMENTO DO CITUR E RESULTADOS

A partir da inauguração do CITUR em 1999, diversas ações foram realizadas com o intuito de desenvolver internamente o Circuito, organizando os empreendimentos, atrativos, equipamentos e infra-estrutura; bem como de promovê-lo e divulgá-lo para a demanda turística em potencial. Considerando as diversas ações e os diversos atores envolvidos na gestão do CITUR durante seus oito anos de existência, e a dificuldade em discorrer sobre o desenvolvimento do Circuito com detalhes, procuramos sistematizar os principais acontecimentos que marcaram a existência do CITUR e alguns dos seus resultados. Desta forma, procuramos apresentar a evolução do CITUR durante cada ano de sua existência, ou seja, de 1999 a 2007. Para tanto nos fundamentamos principalmente nas atas do Conselho Municipal de Turismo; mas também em entrevistas realizadas com os empreendedores e com os seguintes funcionários da prefeitura: Ângela Mottin (funcionária do setor de turismo da prefeitura nas gestões 1997-2000 e 2001-2004); Maria Michele Mocellin (Secretária Municipal de Turismo na gestão 2005-2008); e Denize Guimarães (funcionária da Secretaria Municipal de Turismo, na gestão 2005-2008). Os resultados são retirados de pesquisas realizadas por Nitsche (2000), Silveira (2001), Fonte (2002), Lannes (2003), e de documentos da prefeitura municipal de Colombo (2003) e ECOPARANÁ (2004).

O CITUR foi inaugurado com 12 empreendimentos privados e outros atrativos públicos e privados como praças, parques e igrejas. No ato da inauguração, os empreendedores receberam um certificado de participação no CITUR para exporem em seus empreendimentos. Após a inauguração do CITUR em fevereiro de 1999, um fato que marcou a história do Circuito foi a constituição do Conselho Municipal de Turismo (CMT), que ainda não existia no município.

Em 22 de abril de 1999, ocorreu a primeira reunião do CMT, e o CITUR já estava inserido na pauta. Com base nas atas do CMT, percebemos, nas primeiras reuniões, uma forte presença dos empreendedores; do poder público municipal, sobretudo do secretário municipal de Agricultura e Meio Ambiente, sr. Antonio Miglioransa, e dos técnicos da EMATER Colombo, Lizabeth Paupério e Antonio Nunes; além da COMEC e da EMATER regional. A COMEC ficou responsável pela elaboração do pôster de divulgação e do mapa temático do CITUR, porém pediu para os empreendedores angariarem recursos através de patrocínios, para a impressão do material de divulgação.

O CMT foi composto por 14 conselheiros, sendo 7 do poder público e 7 da iniciativa privada/sociedade civil. Como representantes do poder público, ficaram 3 secretarias municipais; a EMATER; a COMEC; e os Conselhos Municipais de Desenvolvimento Agropecuário e de Meio Ambiente. Já a representação da iniciativa privada foi composta pelos empreendimentos do Circuito, divididos conforme os tipos de empreendimentos, de modo que cada tipo teria um representante titular e um suplente como membro do

Conselho. Os tipos de empreendimentos definidos foram os seguintes: *a) agricultura; b) alimentação e hospedagem; c) atrativos religiosos e de lazer; d) cantinas de vinhos; e) pesque-pagues; f) agroindústria; g) transportes.*

A criação do Conselho Municipal de Turismo em abril de 1999 contribuiu para a busca de uma gestão descentralizada e compartilhada do CITUR, aglutinando atores locais com ele envolvidos, mas também incorporando a participação de atores exógenos, como a COMEC e a EMATER, que tiveram papel importante na implantação do CITUR. Analisando as atas do CMT, percebemos, contudo, a existência de relações internas de poder que perpassam o próprio CMT, ao ponto de prevalecerem as intencionalidades daqueles atores sociais mais articulados politicamente.

Ângela Mottin afirmou que todos os empreendedores são tratados com igualdade, mas que o principal objetivo do Circuito é melhorar as condições de vida dos agricultores familiares, pois estes se encontram numa situação socioeconômica difícil, e necessitam desenvolver práticas menos impactantes em suas propriedades, em virtude da fragilidade ambiental de Colombo. Segundo Ângela, existem objetivos diferentes, mas, nas reuniões do CMT, os objetivos que devem ser comuns são reforçados, pois são as premissas da idéia do Circuito. Entre tais objetivos estão a manutenção das pessoas no campo, a valorização da cultura local e da agricultura.

Além de a prefeitura sempre reforçar os objetivos do Circuito, foi criado um código de ética entre os empreendedores no final de 2000. Todavia, Angela coloca que mesmo tendo como objetivo a melhoria das condições de vida dos agricultores familiares, existem objetivos diferentes entre empreendedores e agricultores, fazendo com que aflorem individualismos e conflitos em relação à destinação dos investimentos públicos, e à necessidade de retorno financeiro da atividade turística. Nesse sentido, Angela destaca a importância da prefeitura e do Conselho Municipal de Turismo na regulação do CITUR, e na promoção do diálogo e entendimento entre os empreendedores.

Em julho de 1999, entram no CITUR e no CMT os proprietários do RSR Chinchilas, sr. Nilson e Sra. Zenira Rosa. Em agosto do mesmo ano, o sr. Nelson Goulart, do Restaurante e Vinícola Passárgada também entra no CITUR e no CMT. Ressaltamos a participação desses atores, em função das atitudes de liderança que passam a tomar a partir de sua inserção no CITUR e no CMT, e da visão mercadológica que apresentam em relação ao desenvolvimento do CITUR. Logo na segunda reunião em que participa, Zenira assume a função de tesoureira do CMT. Em sua primeira reunião no CMT, Nelson sugere que o material de divulgação do CITUR seja produzido em sua gráfica, e que cada propriedade tenha produtos de todos os empreendimentos do CITUR para comercializar. Percebemos que Nelson já chega com uma postura de liderança, e que, ao sugerir a comercialização de produtos de outros empreendimentos, busca se apropriar da produção agrícola e artesanal dos agricultores envolvidos com o CITUR. Seus interesses

particulares também ficam perceptíveis quando este indica sua gráfica para produzir o material de divulgação.

Na avaliação do CITUR em 1999, surgem referências à participação e profissionalismo entre empreendedores, de modo que aqueles que mais participam começam a reclamar dos empreendedores que não vão às reuniões.

Curiosamente, a maior parte dos empreendedores que participam das reuniões do CMT são aqueles com uma visão empresarial maior. Dos empreendedores que consideramos agricultores familiares, somente Pedrinho Strapasson (Vinícola Strapasson) e José Gasparin (Pesque-pague/colhe-pague Gasparin) participam, mas não dão muitas opiniões. Assim, percebemos que a gestão do CITUR é liderada pelos atores públicos e empresários desde o início do CMT.

Cabe ressaltar uma discussão ocorrida em relação às propriedades que estariam mais preparadas para o turismo, onde o sr. Nilson Rosa coloca que aqueles que não possuem uma visão empresarial devem se adaptar ou sair do CITUR. Outro membro do CMT sugere um mini-circuito somente com os empreendedores interessados e mais atuantes. Esses fatos indicam que há uma segregação dos empreendedores mais atuantes em relação aos empreendedores que pouco participam da gestão do CITUR. Entendemos que as colocações acima são exemplos evidentes das duas lógicas que se confrontam na gestão do CITUR, sendo a lógica empresarial do *trade* e a lógica do pequeno agricultor familiar. Enquanto os empreendedores empresários pensam exclusivamente em seu retorno econômico e no crescimento do CITUR, os empreendedores agricultores vêem o turismo como mais uma atividade econômica que vem para valorizar suas práticas e seu modo de vida, e não somente como um único negócio que deve gerar lucros constantes. Além disso, os agricultores apresentam mais ruralidades, ou seja, territorialidades mais arraigadas ao modo de vida rural e são menos gananciosos, enquanto os empresários carregam consigo mais urbanidades, e valorizam o rural e seus produtos como mercadorias materiais e simbólicas a serem vendidas aos turistas. Apesar dessas constatações, não verificamos grandes confrontos no CMT, pois este, desde o início, se encontra dominado pelos empreendedores mais “capacitados”, enquanto a participação dos agricultores familiares é incipiente.

De forma geral, os parcos conflitos que começam a surgir são polarizados principalmente entre os agricultores familiares (dependentes da agricultura e com forte identidade local) e os demais empreendedores (que possuem atividades diversas, mas que têm como principal intencionalidade a obtenção de lucros com o turismo, não tendo muita identidade com o lugar). As dificuldades dos pequenos agricultores em: ter tempo e condução para ir às reuniões; dominar os assuntos tratados e, conseqüentemente, participar ativamente dos debates do CMT, faz com que estes sejam vistos como menos preparados para administrar os empreendimentos turísticos (e realmente o são), e,

portanto, como empecilhos ao desenvolvimento do turismo. Além desse problema de participação, é comum nas reuniões do CMT uma cobrança por qualidade nos serviços, por uma gestão profissional/empreendedora, e pelo crescimento do CITUR, sobretudo por parte daqueles atores com maior visão empresarial.

Certamente existem casos intermediários, havendo também agricultores que vêm incorporando a lógica empresarial e se transformando em empresários, e até abandonando a agricultura para trabalharem exclusivamente com o atendimento aos turistas. Estes demonstram a incorporação de uma intencionalidade eminentemente econômica, vinculada à racionalidade hegemônica vigente.

Os principais problemas do CITUR apontados pelos empreendedores em 1999 foram: falta de definição de horários de atendimento de cada empreendimento; sinalização deficiente; necessidade de maior divulgação; dificuldades para manter o posto de informações. Outros problemas como a conservação das estradas, coleta de lixo, capacitação e transporte também foram citados durante as nove reuniões do CMT no ano.

Ainda em 1999, o CMT decide que o material de divulgação será vendido a R\$ 0,50, e que o recurso será direcionado para um fundo municipal de turismo. O Conselho também estipula uma taxa mensal de R\$ 20,00 cobrada de cada empreendedor, que também irá para o fundo, além de ser usada para pagar a recepcionista contratada para o posto de informações turísticas. Todavia, muitos empreendedores não pagaram a taxa para cobrir o salário da recepcionista, e a central parou de funcionar. Buscando colaborar, Nelson se dispõe a contratar recepcionista para ficar na sua propriedade, mas, como contrapartida, o telefone e a placa da central também vão para a vinícola Passárgada.

Outras ações importantes desse primeiro ano de funcionamento do CITUR foram: a visita de técnicos da ECOPARANÁ e da Paraná Turismo ao Circuito; e os cursos de capacitação sobre vinhos e sobre turismo rural oferecidos pela UFPR e EMATER. O aumento da procura de agências de turismo pelo CITUR também foi um fato marcante.

Durante o ano de 2000, o CMT promoveu 11 reuniões, mostrando-se atuante e mantendo o foco no CITUR. Logo na primeira reunião, o agricultor familiar e empreendedor Neuri Maschio (Chácara Morango Natural) reclama de pouca visitação em sua propriedade em função da distância da sede e de outros empreendimentos. Na tentativa de minimizar o problema, membros do CMT sugerem que o agricultor deixe seus produtos para serem comercializados nos empreendimentos mais visitados. Entendemos que essa ação não é benéfica ao agricultor, mas, sim, a quem vende seu produto, pois passa a ser um intermediário, que certamente irá obter algum lucro sobre a venda do produto. Além disso, se o turista tem o produto em um local de mais fácil acesso, a visitação na propriedade do sr. Maschio dificilmente irá aumentar, de modo que

ele corre o risco de perder demanda. Se a oferta de produtos em outros empreendimentos servisse para incentivar os turistas a conhecerem a propriedade do sr. Neuri, e se os empreendedores não sobretaxassem os produtos do sr. Neuri, essa ação poderia contribuir para ampliar a renda e a visitação na propriedade desse pequeno agricultor. Ocorre, contudo, que, segundo informações do próprio Neuri, apesar de alguns empreendedores indicarem a visitação à sua propriedade, estes acabam sobretaxando os produtos para obterem uma margem de lucro com a venda destes.

Em junho de 2000, a funcionária Michele Bonato, da ECOPARANÁ, inicia sua participação no CMT, e passa a redigir as atas do conselho. Em julho, a funcionária da prefeitura Ângela Mottin também passa a fazer parte do CMT. No mesmo mês, novos empreendedores entram no CITUR, como o sr. Dirceu Camargo, agricultor familiar proprietário de uma vinícola (Vinícola Franco-Italiano). Cabe registrar nesse período a primeira participação em uma reunião do CMT do sr. Valter Bianchini (Sítio Mãe Terra), que posteriormente (em 2003) assume a chefia da Secretaria de Agricultura Familiar do Ministério do Desenvolvimento Agrário (SDT/MDA), do governo federal.

As principais ações de 2000 giraram em torno da confecção das placas indicativas do Circuito; do recebimento de excursões; de um curso de capacitação ministrado pelo SEBRAE (Brasil Empreendedor); e da redefinição dos setores e escolha dos representantes do CMT. Para uma melhor sinalização do Circuito, foram elaborados três tipos de placas, sendo uma placa central com o mapa do Circuito, de responsabilidade da prefeitura; placas na propriedade seguindo o modelo de totens definido pelo CMT, e de responsabilidade de cada empreendedor; e placas de acesso aos empreendimentos nas estradas do CITUR, que deverão ser bancadas com recursos de patrocinadores.

O CMT também realizou um café da manhã para 150 pessoas, definindo três roteiros, que passavam por igrejas e pelos seguintes empreendimentos: D'Agostini Bromélias / Vinícola Passárgada / Vinícola Franco-Italiano / RSR Chinchilas / Sítio do Caqui / Chácara Santa Rita / É da Pam / Vinícola Pedrinho Strapasson. Cabe ressaltar que, destes, somente a Vinícola Franco-Italiano e a Vinícola Pedrinho Strapasson são gerenciadas por agricultores familiares.

Na definição dos representantes do CITUR no CMT e redefinição dos setores participantes, houve mudanças que nos levaram a algumas observações. Ficou definido que os setores do CITUR participantes do CMT seriam os seguintes: *Flores / Pequenos animais / Atrativos histórico-culturais / Agroindústria artesanal / Pesque-pague / Hospedagem / Alimentação / Naturais*.

Em relação à definição dos setores em 1999, destacamos as seguintes alterações: o setor de *alimentação e hospedagem* foi dividido em dois. O setor *agricultura* saiu da representação, mostrando uma contradição como a retórica de valorização da produção agrícola local e de participação de agricultores familiares no processo de planejamento e

gestão de turismo. Os setores *transportes; atrativos religiosos e de lazer; e cantinas de vinho* também foram retirados. Acreditamos que os atrativos religiosos e de lazer foram incorporados no setor *atrativos histórico-culturais*, mas, em nossa opinião, de forma incorreta, pois nem todos os atrativos de lazer são atrativos histórico-culturais. O setor *agroindústria artesanal* incorporou as cantinas de vinhos, porém entendemos que tal ação não contribuiu para fortalecer o papel dos agricultores familiares no CMT, haja vista que quase todas as cantinas de vinho do CITUR são administradas por agricultores familiares, e que a manutenção desse setor garantiria a participação destes. Apesar da mudança, o sr. Dirceu Camargo, que consideramos ser um agricultor familiar (apesar de sua visão empresarial), participa como representante suplente do setor. A inclusão dos setores *flores; pequenos animais; e atrativos naturais* (com representação da prefeitura); demonstra o favorecimento do CMT a alguns empreendedores, como os srs. Nilson Rosa (RSR Chinchilas) e Marcelo Ajuz (Art Plant). O único setor que se manteve inalterado foi o de *pesque-pague*. Neste, o sr. José Gasparin, proprietário do pesque-pague e colhe-pague Gasparin, e chefe de uma família pluriativa que mantém a agricultura como fonte de renda e como atrativo turístico, é o representante suplente.

Em outubro de 2000, o CMT começa a elaborar normas e procedimentos para participar do Circuito e, em novembro, é aprovado o código de ética dos empreendedores do CITUR. Na avaliação anual, os empreendedores avaliam que o Circuito está bom, pois vem crescendo a visitação, mas também apontam alguns problemas, como informações deficientes aos visitantes no posto de informações do CITUR, falta de infra-estrutura, profissionalização, divulgação e sinalização, e problemas na organização das excursões (agendamentos não foram cumpridos).

Ressaltamos também as avaliações dos pequenos agricultores. O sr. Pedro Gasparin (moinho colonial) diz que o turista quer adquirir seu produto (o fubá) feito na hora, e não faz reclamações. O sr. José Gasparin (pesque-pague/colhe-pague Gasparin), afirma que o CITUR está bom e que o turismo é o futuro dos filhos, mas diz que é preciso melhorar a renda para poder investir na diversificação dos empreendimentos. O sr. Neuri (morango natural) comenta que o movimento vem sendo pequeno na propriedade, e que a Festa da Uva ajudou a família a vender os produtos. O sr. Dirceu Camargo (Vinícola Franco-Italiano), mostra-se como o mais satisfeito com o CITUR, pois vem ampliando sua produção de vinhos e sua vinícola, em decorrência do bom fluxo de visitantes em seu empreendimento. Dirceu também pede para empreendedores colocarem as placas do Circuito, demonstrando total apoio à iniciativa do turismo rural.

No final da avaliação, o secretário Antônio Miglioransa fala que, após dois anos de existência do CITUR, ainda falta planejamento das ações, estrutura e divulgação. Ocorre, porém, que é ele mesmo, pelo exposto nas atas do CMT, como maior responsável pela condução do Conselho e pelo encaminhamento das decisões tomadas, que deixa a

desejar no cumprimento das ações operacionais, pois, apesar de uma boa retórica nas reuniões, não consegue resolver as pendências e os problemas do CITUR.

No que tange à participação dos agricultores familiares do CITUR no CMT, Pedrinho Strapasson continua participando das reuniões. José Gasparin, apesar de ser membro suplente, deixa de ir a algumas reuniões de 2000. Já Dirceu Camargo, que entra no CITUR em 2000, passa a participar ativamente das reuniões, sendo também membro suplente do CMT. O sr. José Maschio tem uma participação esporádica, assim como o sr. Pedro Gasparin (Moinho Colonial).

Em pesquisa realizada em 2000, avaliando a gênese e os dois primeiros anos de funcionamento do CITUR (1999-2000), Nitsche destaca as seguintes queixas dos turistas: falta de locais para alimentação durante o percurso; - falta de sinalização viária e turística; - pontos de visitação fechados; e carência de elementos em alusão à etnia italiana, se comparado com o divulgado no material promocional.

Para Nitsche (2000), a maior parte dos empreendimentos do CITUR apresenta estrutura rudimentar para a recepção do turista, deficiências quanto a posturas de higiene e segurança, além de problemas com o atendimento em termos de recursos humanos. Nas lojas de produtos artesanais, registra-se que a metade dos artigos é produzida na região, e o restante vem de fora. Aponta, no entanto, como maiores problemas do CITUR, a falta de conscientização turística e de profissionalismo dos proprietários.

Claramente, a pesquisadora pensa a partir da expansão do turismo e não do fortalecimento da agricultura familiar, de modo que a solução dos problemas do CITUR estaria na maior capacitação/profissionalização dos empreendedores e da comunidade para receber o turismo; e em melhorias na sinalização e estruturas físicas nos empreendimentos. Apesar de predominar a lógica empresarial do turismo em sua abordagem, a autora utiliza a retórica do turismo rural como alternativa para a agricultura familiar, pois coloca que o CITUR corresponde a um circuito de “agroturismo”, praticado em pequenas propriedades, onde o turismo é complementar à atividade agrícola.

A pesquisadora indica, como pontos positivos do CITUR, a integração entre os atores envolvidos e a participação dos proprietários nas reuniões do CMT, entendendo que, assim, estão seguindo o conceito de turismo sustentável, o qual prevê a participação da comunidade local na tomada de decisões.

Nitsche (2000) afirma que o CITUR tem apresentado resultados consonantes com os benefícios culturais, ecológicos e econômicos previstos pela atividade. “É evidente, por parte dos envolvidos, a importância atribuída para a preservação do meio ambiente cultural e natural” (p. 56). O indicador de impacto positivo na cultura seria a preocupação em valorizar a cultura italiana através da tematização do roteiro. Em relação aos indicadores ambientais, cita a preocupação em desenvolver ações ligadas à preservação ambiental, destacando-se a transformação das Grutas de Bacaetava em parque; e a

oferta e divulgação de produtos “orgânicos”, por serem benéficos ao meio ambiente e à saúde do consumidor e produtor devido ao não-uso de agrotóxicos.

Entendemos que, apesar de positivas, tais ações são limitadas e não podem ser consideradas indicadoras de sustentabilidade. A própria questão da participação dos empreendedores acaba sendo relativa, e, como procuramos mostrar na análise das atas do CMT, é heterogênea e envolve diversas intencionalidades individuais. Em relação à produção orgânica, há uma valorização desta por parte dos turistas, porém a produção orgânica já existia nas unidades antes da inauguração do CITUR.

Assim como no ano de 2000, em 2001 o CMT se manteve bastante atuante, mantendo a frequência das reuniões, que totalizaram 11 encontros no ano. Logo na primeira reunião, em fevereiro, diversos empreendimentos que vinham funcionando desde 2000 foram aprovados pelo CMT e incluídos no CITUR. Os novos empreendimentos do Circuito foram os seguintes: Curitiba Park Hotel; Pesque-Pague Sítio das Palmeiras; Restaurante Grande Família; Chácara Gueno; Mundo Mel; Estância Roseira; Vinícola Odilon Cavalli; e Vinícola Dirceu Cavalli. Destes, destacamos os Pesque-Pague Sítio das Palmeiras, e as Vinícolas Odilon Cavalli e Dirceu Cavalli, pois o primeiro é gerenciado por um ex-agricultor familiar e os demais por agricultores familiares.

Em junho, Nelson (Restaurante Passárgada) fica encarregado pela confecção dos novos pôlders do CITUR. Em julho, professores da UFPR ministram um curso de recepção e informações turísticas para os empreendedores. Os empreendedores também fazem uma avaliação do CITUR em junho, e apontam como problemas a falta de opção para alimentação dos turistas; de guias nas excursões; e de pousadas e transporte dentro do Circuito, sendo preciso capacitar os taxistas. As vinícolas não apresentam queixas nessa avaliação.

Na avaliação anual, feita em novembro de 2001, predominaram elogios ao CITUR, pois as visitas e as vendas nos empreendimentos cresceram e a divulgação foi boa. Antonio (Estância Roseira) chama atenção para a necessidade do trabalho coletivo.

No que tange à avaliação feita pelos agricultores familiares presentes na reunião, Pedrinho Strapasson disse que os novos pôlders do Circuito melhoraram a divulgação, mas reclamou de excursões que foram agendadas e não aparecem, ou com excursões que chegaram em cima da hora, sem avisar. Pedro Rosenente (Pesque-Pague Sítio das Palmeiras) colocou que os grupos vão até a propriedade, mas não permanecem muito tempo, e que o maior movimento no empreendimento se dá aos sábados, domingos e feriados (média 260 pessoas/dia), com visitantes de Colombo e região. Edemar Gasparin (Pesque-Pague/Colhe-Pague Gasparin) participa pela primeira vez da reunião, e diz que ainda não se acostumou no atendimento aos turistas, pois sempre trabalhou na agricultura. Dirceu Camargo aponta que 2001 foi muito bom, mas as excursões deixaram

a desejar, pois algumas agendadas não apareceram. Dirceu diz também que vai buscar ter o máximo de produtos de outros empreendedores em sua propriedade, demonstrando uma tendência de ampliação de sua oferta e uma visão empresarial. Neuri (Morango Natural) também reclamou de quatro excursões agendadas que não compareceram, e disse que o Nelson (Passárgada) ajuda mandando bons clientes.

O sr. Antonio Miglioransa designa Ângela Mottin e Marcelo para trabalharem como funcionários exclusivos no turismo. A partir de novembro, Ângela passa a redigir as atas, intensifica sua participação, e se consolida como uma atora fundamental na gestão e no desenvolvimento do CITUR. Conforme dados da prefeitura, em 2001 o CITUR recebeu 77.668 visitantes e 50 excursões, gerando 186 empregos diretos e 302 indiretos. Os investimentos do ano foram os seguintes: R\$ 1.100.200,00 do setor privado; R\$ 300.000,00 do Estado; R\$ 850.000,00 do município, totalizando R\$ 1.250.200,00. No final de 2001, o CITUR ganha o Prêmio Paraná Ambiental, do governo estadual, na categoria Ecoturismo.

Fundamentado em informações de Ednei Nascimento, Silveira (2001) aponta que o Circuito aumentou em até 30% a arrecadação dos produtores rurais participantes do projeto, porém ressalta que não existe ainda um estudo sobre a demanda. Silveira (2001) também fala de efeitos positivos do Circuito, pois já se verificam alguns resultados positivos, como os investimentos em infra-estrutura, geração de renda para os produtores rurais envolvidos, e alguns empregos para a população local.

Em 2002, o CMT continua as reuniões e, logo na primeira reunião, o agricultor familiar José Seccon, proprietário da vinícola com o mesmo nome, entra no CITUR e no CMT. Fernando Camargo (filho de Dirceu, da Vinícola Franco-Italiano), fala da necessidade de um padrão de qualidade para as vinícolas. Parecendo questionar a qualidade dos vinhos do sr. José, Lizabeth, da Emater, diz que as vistorias são feitas e que cada um tem seu diferencial, que deve ser respeitado.

Antonio Miglioransa mostra-se preocupado com a divulgação do CITUR e com a participação em feiras e eventos. O secretário parece mais preocupado em fazer o Circuito aparecer do que em estruturá-lo. Nelson Goulart (Passárgada) leva funcionário do BB para explicar sobre financiamentos para empreendimentos, mas ninguém havia solicitado isso. Ânderson (Chácara É da Pam) faz pôlder com propaganda enganosa sobre produção orgânica de morangos, é criticado no conselho, e se defende dizendo que foi erro de impressão. O CMT discute mudanças na estrutura do conselho para transformar em lei, e aprova a seguinte representação:

Poder Público	Iniciativa Privada
Secretaria Municipal de Agricultura, Abastecimento e Meio Ambiente - SEMAA	Agropecuária - agricultura orgânica, convencional e hidropônica - produção de flores e plantas ornamentais e medicinais - animais de pequeno, médio e grande porte
Secretaria Municipal de Saúde	Atrativos religiosos e culturais
Secretaria Municipal de Educação, Cultura e Esportes	Hospedagem e gastronomia - hotéis, pousadas e afins - restaurantes e lanchonetes - café colonial - cantinas
Secretaria Municipal de Finanças	Agências de viagens e turismo
EMATER – PR	Artesanato e atividades de lazer - artesanatos, cavalgada, pesque-pague - trilhas ecológicas
COMEC	Alimentos transformados (vinhos e sucos, conservas e licores, embutidos e defumados, peixes, derivados de leite, bolachas e pães).
Conselho Desenvolvimento Agropecuário	
Conselho Meio Ambiente	

Quadro 6 – Entidades representantes do Conselho Municipal de Turismo de Colombo (2002)

Fonte: Livro de Atas do CMT, reunião de 25/03/2002.

Org. CANDIOTTO, L. Z. P. (2007)

No setor público, as instituições representantes são mantidas, sendo adicionada mais uma secretaria municipal. Em relação à representação da iniciativa privada, composta pelos empreendimentos do CITUR, percebemos que o setor denominado *agropecuária* volta a englobar a representatividade dos empreendimentos caracterizados pela oferta de produtos agrícolas, além das flores e mudas; e da criação de animais. O setor dos *pesque-pague* é substituído e incorporado pelo setor *artesanato e atividades de lazer*. A *hospedagem e gastronomia*/alimentação voltam a compor um único setor, e os *alimentos transformados* passam a englobar o setor de *agroindústria artesanal*, com vários tipos de produtos paraagrícolas. Além disso, são adicionadas novas atividades para cada setor; o setor de *atrativos naturais* deixa de existir; e cria-se o setor de *agências de viagens e turismo*, apesar da pouca representatividade deste setor em Colombo. O decreto-lei do CMT foi regulamentado pela Lei Municipal nº. 846/02.

O fato mais curioso dessa nova composição do CMT reside, contudo na falta de paridade entre o setor público e o privado/sociedade civil, pois, enquanto o setor público possui oito representantes, os empreendimentos privados passam a ter seis representantes. Mesmo se considerarmos que os dois conselhos municipais envolvidos (Desenvolvimento Agropecuário e Meio Ambiente) façam parte da sociedade civil, teríamos a maior parte da representação com o setor privado. Entendemos que os dois conselhos citados são instituições públicas, mas, independente disso, constatamos que o CMT deixa de ser paritário em sua representatividade.

Verificamos também, em 2002, que a nova funcionária do posto de informações pediu para avisar sobre horários de atendimento e preços dos produtos, pois não sabia de todos. A divulgação na mídia aumentou a demanda, e Antonio Miglioransa pediu para empreendedores primarem pela qualidade dos materiais de divulgação e por inovações nos empreendimentos para atrair mais turistas. Ocorre, no entanto, que Antonio cobra dos empreendedores, mas não cumpre suas funções, como a de capacitar a funcionária do posto de informações, e de pôr em prática as decisões do CMT. Geraldo (Sítio Alegria) fala de turistas frustrados com empreendimentos, pois esperavam mais do CITUR pela propaganda que viram sobre a cultura italiana.

Segundo o departamento de turismo, de janeiro a maio de 2002, o CITUR recebeu 15 excursões, e ocorreram reclamações sobre a sinalização dos empreendimentos e as lombadas. Os dados de número de visitantes superam os de 2001, chegando a um total de 127.200 turistas/visitantes, com média superior a dez mil visitantes por mês em 2002. O número de excursões sobe para 70, e o de empregos passa a ser de 208 diretos e 318 empregos indiretos.

Ângela sugere que empreendedores se visitem para ampliar a participação no CMT, oferece curso de italiano para empreendedores e diz que só dez empreendedores estão com a mensalidade em dia. Ângela também pede para empreendedores preencherem e entregarem ficha com registro da demanda nos empreendimentos. Vinte mil pôsters foram distribuídos pelo município, sobretudo em igrejas e escolas.

Ao referir-se ao Circuito de Turismo Rural de Colombo, Fonte (2002) afirma que o turismo rural está gerando mais renda no campo, que novas atividades estão sendo desenvolvidas; e que o produtor rural tem sua auto-estima melhorada, ao mesmo tempo em que está se transformando em um empresário rural. Aqui, questionamos as vantagens e as implicações de o agricultor se transformar em um empresário rural. Será que transformar agricultores familiares em empresários fortalecerá a agricultura familiar?

Em 2003 o CMT realizou oito reuniões, que se concentraram no debate acerca da definição dos representantes de cada segmento do Circuito, para compor o conselho, seguindo a estrutura definida em 2002¹⁸⁹. O quadro 7 traz os representantes de cada um desses setores.

¹⁸⁹ Os empreendimentos participantes do CITUR no CMT foram os seguintes:

1. Agropecuária: - Agricultura: Sítio Mãe Terra; Chácara É da Pam; Chácara Morango Natural; Mundo Mel; APAC / - Produção de flores e plantas ornamentais e medicinais: Giardino D'Agostin; Art Plant; Chácara Gueno / - Animais de pequenos, médios e grande porte: RSR Chinchilas.

2. Atrativos religiosos e culturais: nove igrejas e Casa da Cultura

3. Hospedagem e gastronomia: - Hospedagem: Curitiba Park Hotel; Pousada Sítio da Alegria; Hotel Estância Betânia; Hotel Bela Vista; Hotel Fazenda Quintas de Bocaiúva; Estância Roseira / - Gastronomia: Restaurante Espeto de Ouro; Casa Nostra Café Colonial; Ristorante Grande Famiglia.

4. Artesanato e atividades de lazer: Pesque-Pague Gasparin e Filhos; Morro das Pedras; Sítio das Palmeiras; e Sítio do Didi; Sítio do Caqui; Parque de Eventos; Chácara Nativa; Parque Municipal Grutas do Bacaetava.

5. Alimentos transformados: Vinícolas Pedrinho Strapasson; Franco Italiano; Odilon Cavalli; Dirceu Cavalli; José Ceccon; Passárgada.

Setor	Titular	Suplente
Agropecuária	Silmara Gotardi (Sítio Mãe Terra)	Nilson Rosa (RSR Chinchilas)
Atrativos religiosos e culturais	Padre Marcos A. Leite	
Hospedagem e gastronomia	Geraldo Simião (Pousada Sítio da Alegria)	Antonio C. Sperandio (Estância Roseira)
Artesanato e atividades de lazer	José Adir Gasparin (Pesque-Pague Gasparin e Filhos)	Pedro Rosenente (Pesque-Pague Sítio das Palmeiras)
Alimentos transformados	Dirceu Camargo (Vinícola Franco-Italiano)	Nelson Goulart (Vinícola Passárgada)

Quadro 7 – Representantes do CMT em 2003.

Fonte: informação da prefeitura (2003)

Org. CANDIOTTO, L. Z. P. (2007)

Dos representantes do CMT na gestão 2003-2005, somente os srs. José Gasparin e Dirceu Camargo possuem atividades agrícolas e podem ser considerados agricultores familiares. Pedro Rosenente era agricultor, mas, com o sucesso do empreendimento, deixou a atividade agrícola. Os demais representantes são pessoas que não dependem da agricultura para sobreviver, têm boa formação escolar, outras fontes de renda, e administram seus empreendimentos sob uma ótica economicista.

Em julho de 2003 é aprovado o regimento interno do CMT, e, além do foco na reorganização do conselho, as reuniões serviram para discutir e preparar a participação de empreendedores do CITUR em feiras e festas. Em outubro, há uma referência à necessidade de reforma e instalação de novas placas de sinalização, de modo que cada empreendedor ficou responsável pelo pagamento das placas em sua propriedade.

A avaliação do ano feita pelo CMT foi muito boa, mas surgiram sugestões de treinamento da comunidade local para receber os turistas; de avaliação preliminar das excursões para encaminhamento aos empreendimentos; e de investimentos no turismo de eventos. Antonio Miglioransa relata que, em breve, serão iniciadas as obras no Parque Municipal da Uva, e este terá estrutura para as festas do vinho e da uva.

Segundo dados do inventário da oferta turística de Colombo (2003), a maior parte da demanda do CITUR é originária de Curitiba, e municípios vizinhos, como Quatro Barras, Almirante Tamandaré, São José dos Pinhais, Pinhais e Lapa. Predominam as visitas em famílias, por meio de veículos particulares, e de idosos e grupos de estudantes, através de excursões turísticas e técnicas. As visitas técnicas se concentram em propriedades da agricultura orgânica. O inventário reconhece que a maior parte dos visitantes não é turista, pois não pernoita. Estes podem ser considerados excursionistas, e praticam o lazer e não o turismo. Metade da demanda busca atividades lúdicas, 27% conhecimentos técnicos, e 18% educação.

O documento da prefeitura conclui que o CITUR é uma boa alternativa de lazer para a população que reside nos grandes centros urbanos, além de estar agregando valor no meio rural, aumentando o interesse e a procura em conhecer e vivenciar o modo

de vida do campo e do agricultor, melhorando a qualidade de vida das pessoas e preservando o patrimônio natural, histórico e cultural do município de Colombo.

Ao realizar um levantamento econômico dos investimentos e retornos do Circuito de Turismo em Colombo, Lannes (2003) coloca que, do investimento total no CITUR, 80% foram em infra-estrutura para efetivação do turismo. Para o autor, os serviços típicos do turismo são os que mais cresceram entre 1999 e 2001 no município, sobretudo hospedagem, alimentação e fabricação de produtos artesanais (300 a 400%). Para cada emprego gerado no turismo rural em Colombo, agrega-se em mais de uma vez e meia nas atividades de terceiros, portanto, para o autor, houve um efeito significativo do investimento sobre a geração de novos empregos.

Para Lannes (2003), o Circuito está atingindo os objetivos da política pública executada e, apesar de os dados estatísticos serem precários, é possível verificar um impacto positivo dos investimentos públicos e privados na geração de renda e emprego.

O ano de 2004 foi marcado por uma drástica redução do número de reuniões do CMT, pois verificamos, no livro de atas, uma lacuna entre a primeira reunião (52ª), realizada em março, e a seguinte, realizada somente em dezembro¹⁹⁰.

Em virtude das eleições municipais que ocorreram em 2004, a prefeitura se preocupa em prometer ações para a melhoria do CITUR, como melhorias nas estradas, sinalização turística, iluminação, e revitalização do Parque da Uva.

Buscando melhorar a divulgação, Ângela faz levantamentos de orçamentos para divulgação em jornais e TVs, mas os conselheiros desistem do investimento em função dos altos custos e da falta de dinheiro em caixa. Ângela coloca que um programa de TV vem à Colombo em abril, para uma reportagem sobre o CITUR.

Depois dessa reunião, o CMT só volta a se reunir em dezembro. Na reunião do dia 7 de dezembro, o quórum não foi suficiente, não havendo, portanto tal reunião. No dia 14, os conselheiros se reúnem para organizarem as eleições do Conselho, e para fazer a avaliação anual. Ficam responsáveis pela organização da eleição os srs. Nelson Goulart, José Adir Gasparin e Geraldo Simião.

Na avaliação do ano, fica perceptível uma desmobilização coletiva em torno do Conselho. Ivete (Ristorante Grande Famiglia) diz que o ano foi morto e que sentiu falta das reuniões. Vera (Cantina) afirma que as reuniões não são mais as mesmas. Apesar desses depoimentos, a maioria dos empreendedores participantes da reunião se mostrou felizes e satisfeitos com o Circuito. Geraldo Simião diz que o CITUR está amadurecendo e que problemas são resolvidos com mais facilidade. Para ele, os turistas são bem atendidos, mas é preciso investir em infra-estrutura, no capricho com a propriedade. Lurdes (Giardino D'Agostin Bromélias) concorda sobre a organização dos

¹⁹⁰ Ao questionarmos a funcionária Ângela sobre essa lacuna, ela afirmou que foi o período no qual Nilson Rosa foi presidente do CMT, e que, apesar de não existirem registros no livro ata, houve reuniões. Todavia, não conseguimos obter dados sobre essas reuniões.

empreendimentos, e diz que antes vendia diversos produtos do CITUR, mas agora seleciona o que comercializa. José Adir Gasparin coloca que alguns municípios copiaram o Circuito e que está contente com o ano, apesar de não ter investido muito. Sirlei Strapasson (Vinícola Pedrinho Strapasson) relata um aumento de 90% no número de turistas, em função do material de divulgação e da propaganda boca a boca. Denise, que arrendou temporariamente o restaurante Passárgada, afirma que ano foi bom, e que o atendimento nos empreendimentos do CITUR se constitui em um atrativo, sendo também um diferencial. Ângela informa que, em 2004, o CITUR recebeu 85.623 e 65 excursões, indicando que, apesar do crescimento do número de excursões, o número total de visitantes caiu.

Antonio Miglioransa pede exoneração do cargo de secretário da SEMAA, em virtude da derrota da atual gestão nas eleições. Após ser presidente do CMT desde sua instituição, Antonio deixa também o Conselho. Assim, 2004 marcou o encerramento da gestão que iniciou e desenvolveu o CITUR até então.

Em julho de 2004, em entrevista com a principal funcionária da equipe de turismo da prefeitura municipal de Colombo, Ângela Mottin, esta apontou os principais resultados do CITUR até então. Segundo Ângela, além da manutenção dos serviços de estradas, energia elétrica, água e telefone, a prefeitura municipal arcou com a propaganda na parte traseira de 19 ônibus circulares do município, e com a decoração de um ônibus com foto do CITUR.

A prefeitura, em parceria com outras entidades envolvidas, ofereceu algumas visitas aos organizadores e proprietários de empreendimentos a outras experiências de turismo rural, em diversas localidades do Brasil (MG, ES, RS, SC). A participação de funcionários da prefeitura na rede TRAF facilita o contato e intercâmbio de experiências relacionadas ao turismo rural. (MOTTIN, 2004, informação verbal)

Ângela também afirma que existe apoio de outras entidades, como a EMATER, COMEC, ECOPARANÁ, Paraná Turismo e o Ministério do Desenvolvimento Agrário, porém tal apoio raramente vem em forma de dinheiro. Apesar de os apoios serem mais em projetos do que estritamente financeiros, destaca a importância do trabalho conjunto entre as instituições. Outro aspecto evidenciado pela entrevistada foi a criação do Programa Nacional de Turismo Rural e Agricultura Familiar, pela Secretaria da Agricultura Familiar, do Ministério do Desenvolvimento Agrário, que capacitará técnicos para trabalhar com essa questão em todo Brasil.

Ângela também indicou a existência de propriedades que entraram no Circuito mas abandonaram, pois não se adaptaram ao atendimento. Ocorreram casos de agricultores que foram convidados, mas não entraram por insegurança.

Conforme informações presentes no Projeto de Recuperação e Preservação da Cultura Italiana (2004), o Circuito de Turismo Rural de Colombo:

[...] vem gerando emprego e diversificando as atividades na área rural, resgatando a cultura italiana e as tradições do município, valorizando a cultura do homem do campo, integrando o desenvolvimento rural, ambiental e turístico do município, estimulando iniciativas de preservação e recuperação dos recursos ambientais. (ECOPARANÁ, 2004, p.5).

Em 2005 ocorrem importantes mudanças na gestão do CITUR e do CMT, em virtude da nova equipe que assume a prefeitura e, conseqüentemente, o setor de turismo. Com a eleição do prefeito J. Camargo é criada a Secretaria Municipal de Turismo (SETUR), substituindo o Departamento de Turismo, vinculado até então à Secretaria de Agricultura, Abastecimento, Meio Ambiente e Turismo (SEMAA). Para o cargo de secretária de Turismo, o prefeito nomeia a Sra. Maria Michele Mocelin.

Na primeira reunião do ano, a secretária Micheli é apresentada por Ângela Mottin – que continua no CMT – e afirma que o CITUR é referência no Paraná e que vai buscar parcerias. Em seguida, pergunta aos conselheiros sobre problemas existentes e soluções necessárias. Os empreendedores apontam para a necessidade de melhoria nas estradas, sinalização e divulgação, transporte no Circuito para funcionários e turistas, trabalho nas escolas para ampliar o conhecimento da população local sobre o CITUR, e maior integração entre as secretarias. Destacamos o relato de Lourdes (Giardino D'Agostin) sobre a falta de participação das outras secretarias nas reuniões do CMT, e o de Nelson Goulart (Passárgada), sobre a necessidade de crescimento do CITUR.

Michele diz que irá providenciar melhorias na sinalização e acesso, e informa que a Secretaria de Turismo foi convidada pelo SEBRAE-PR para participar do Projeto GEOR – Gerenciamento Estratégico Orientado para Resultados, em parceria com a EMATER e ONGs. Ninguém se opõe a tal iniciativa. Ângela lembra os conselheiros e Michele sobre a necessidade de novas eleições do CMT, e Michele propõe uma nova reestruturação da representatividade do Conselho. As eleições ficam marcadas para maio. Após revisão do regimento, o CMT decide ampliar o número de conselheiros de 14 para 16, sendo 8 do poder público e 8 da iniciativa privada/sociedade civil. Em fevereiro, a representação passa a ser a seguinte:

Poder Público	Iniciativa privada/sociedade civil
Secretaria Especial de Turismo	Agropecuária
Secretaria Municipal de Agricultura, Abastecimento e Meio Ambiente - SEMAA	Atrativos religiosos
Secretaria Municipal de Saúde	Gastronomia
Secretaria Municipal de Educação, Cultura e Esportes	Hospedagem
Secretaria Municipal da Fazenda	Agências de viagens e turismo
Secretaria Municipal de Indústria e Comércio	Atividades de lazer
Câmara Municipal	Alimentos transformados
EMATER – PR	Artesanato e atrativos culturais

Quadro 8 – Entidades representantes do CMT em 2005

Fonte: Livro de Atas do CMT.
Org. CANDIOTTO, L. Z. P. (2007)

Nessa revisão, ressaltamos a retirada dos Conselhos de Desenvolvimento Agropecuário e de Meio Ambiente, além da COMEC, e a substituição destes pela Secretaria Municipal de Turismo (agora desmembrada da SEMAA), Secretaria de Indústria e Comércio, e pela Câmara dos Vereadores. No que tange ao setor privado, foi incluído o setor *atividades de lazer*, enquanto o antigo setor *hospedagem e gastronomia* foi, novamente, dividido em dois setores. A parte de atrativos culturais é deslocada do setor *atrativos religiosos e culturais* para o setor de *artesanato*.

Micheli e Ângela ficam como membros do CMT representantes da Secretaria de Turismo, mas, em abril de 2005, Ângela é transferida, a pedido de Micheli, da Secretaria de Turismo para a Secretaria de Cultura. Esse fato marca outra ruptura na gestão do CITUR, pois Ângela foi uma das pessoas mais ativas no desenvolvimento do Circuito, e tinha uma forte preocupação com os agricultores familiares envolvidos e com o resgate e valorização da cultura italiana e do meio rural. Ângela fica abalada com a decisão.

Após as eleições, o controle da gestão fica nas mãos de Nilson Rosa (Presidente), Claudia Polli (Vice-), Micheli Mocelin (Primeira Secretária), e Geraldo Simião (Segundo Secretário). Quanto aos membros do setor privado, a representação fica a seguinte:

Setor	Titular	Suplente
Agropecuária	Fátima Bianchini (Sítio Mãe Terra)	Ivan M. Ribas Jr (Mundo Mel)
Atrativos religiosos	Padre Leodes	-----
Gastronomia	Ivete D'Agostin (Ristorante Grande Famiglia)	Denise Amaral (Restaurante Passárgada)
Hospedagem	Antonio C. Sperandio (Estância Roseira)	Luizela Ximenes (Hotel Estância Betânia)
Atividades de lazer	José Adir Gasparin (Pesque-Pague Gasparin e Filhos)	Pedro Rosenente (Pesque-Pague Sítio das Palmeiras)
Artesanato e atrativos culturais	Edilson Maschio (Fundação Padre Alberto)	-----
Alimentos transformados	Nelson Goulart (Vinícola Passárgada)	Dirceu Camargo (Vinícola Franco-Italiano)

Quadro 9 – Representantes do Conselho Municipal de Turismo (CMT) em 2005.

Fonte: Livro de Atas do Conselho Municipal de Turismo.
Org. CANDIOTTO, L. Z. P. (2007)

Comparando os membros representantes da gestão passada do CMT com os atuais, percebemos poucas mudanças nos nomes, demonstrando que existe um grupo de empreendedores do CITUR mais atuante no CMT. Em relação aos pequenos agricultores, os srs. José Gasparin, Pedro Rosenente e Dirceu Camargo continuam sendo os únicos a participar como membros do CMT, apesar da participação de outros agricultores nas reuniões, como Pedro Strapasson e Neuri Maschio, ou dos filhos destes.

Em março, representantes do SEBRAE participam da reunião e colocam o interesse em fazer uma parceria com o município para capacitação, promoção e divulgação do produto turístico. Os técnicos sugerem um planejamento de ações para 2005, com cursos, palestras, oficinas, consultorias e visitas técnicas. O SEBRAE afirma que seu objetivo é auxiliar os integrantes do Circuito a aumentar a produtividade e o

lucro, seguindo seu viés economicista. A proposta é aceita por unanimidade, de modo que, em 2005, o SEBRAE realiza cursos de capacitação para os empreendedores, consultorias nos empreendimentos, palestras e outras ações.

Em abril, Ângela informa sobre orçamento para revitalização da sinalização no valor de R\$ 2.724,00 e Micheli diz que prefeitura vai se responsabilizar por reforma nas placas de acesso, enquanto os empreendedores devem arcar com as placas na entrada da propriedade (totens), no entanto até o momento essa reforma por parte da prefeitura não ocorreu, fato que demonstra a falta de compromisso da atual secretária com o CITUR e com os empreendedores. Os empreendedores também relacionaram as vias de acesso que precisam de melhorias e passam ofício para a Secretaria de Obras.

Em maio ocorre mais uma reunião do CMT (58ª). Não temos registro da 59ª reunião e a 60ª reunião ocorreu somente em dezembro de 2005. Assim, há uma lacuna entre as reuniões do CMT no segundo semestre de 2005, fato que indica a falta de preocupação da Secretaria de Turismo com o CMT e o CITUR. Apesar desse intervalo de tempo sem reuniões, o CMT se reuniu sete vezes em 2005.

Na última reunião de 2005, os membros do CMT apresentam e debatem a idéia de criação de uma associação dos empreendedores do CITUR. Geraldo Simião e Nilson Rosa afirmam ser necessária a organização local e coletiva dos empreendedores. Nessa reunião registramos a primeira participação de Mello (Restaurante Bosque Italiano) no CMT, que se mostra interessado na associação e no CITUR, e apresenta uma forte visão empresarial. Após os debates, o grupo decide que criará uma associação denominada ECITUR (Associação dos Empreendedores do Circuito Italiano de Turismo Rural).

Micheli ainda informa que cerca de dez empreendimentos pretendem entrar no CITUR, sendo a maior parte no ramo da gastronomia. Mello mostra preocupação com novos empreendimentos, e aponta para a importância do profissionalismo e da identidade cultural entre os empreendedores. Ainda diz que é preciso fazer pesquisas de mercado, estatística de demanda e verificar quais setores estão precisando de maior investimento. Sugere parcerias com faculdades. Geraldo Simião ressalta que, para otimizar e manipular o nosso favor as pesquisas, o ideal é que se converse diretamente com o coordenador do curso e não com os alunos, afinal é uma mão-de-obra barata que devemos aproveitar.

Deversi Gamarros – representante da Secretaria de Indústria e Comércio – ressalta a importância de que todas as propriedades tenham firma constituída com bloco de notas fiscais. Hoje, a maior parte dos empreendimentos do Circuito não tem firma constituída e isso muitas vezes representa desorganização favorecendo a perda de credibilidade. O interesse da prefeitura em ampliar o número de empresas constituídas no município reside, contudo, no fato do conseqüente aumento na arrecadação de tributos pela prefeitura.

No final da reunião, fica definido que será constituída uma comissão mista e permanente para avaliação dos novos empreendimentos, e que esta será indicada e referendada em reunião do CMT pelos seus integrantes. Ao contrário dos anos anteriores, o CMT não faz nenhuma avaliação de 2005 e nenhum dado de investimentos ou visitação é apresentado pela Secretaria de Turismo.

A 58ª reunião do CMT é a última reunião com registro no livro de atas, pois não havia mais folhas em branco no livro, sendo necessário outro caderno para ser utilizado como livro de atas. Ocorre, no entanto, que a equipe responsável pelo turismo na prefeitura decide registrar as atas em documentos digitais, ou seja, digitando-as em computador. Apesar da tentativa de agilizar o registro das atas e a divulgação das informações para os empreendedores, a falta de um livro de atas acaba prejudicando o registro sistematizado e ordenado das decisões do CMT. Ao procurarmos as atas posteriores à 58ª, tivemos dificuldades em obtê-las, pois se encontravam no computador da secretária Micheli. Outro fato a registrar foi a ausência de algumas atas nos computadores da própria Secretaria de Turismo, como a 59ª, 62ª, 65ª e 66ª, demonstrando problemas na organização dos dados por parte da nova equipe. Apesar de solicitarmos tais atas a funcionários da Secretaria, não conseguimos obtê-las.

No ano de 2006, o CMT realiza apenas seis reuniões, sendo que não conseguimos o registro de três destas com a prefeitura (62ª, 65ª e 66ª). A primeira reunião do ano ocorre em março, e nela surge, como um dos pontos de pauta, a avaliação das ações do SEBRAE em 2005. Nenhuma referência à tal avaliação consta, no entanto, na ata da 61ª reunião, fato que indica o despreparo da equipe responsável pelo CMT na condução das reuniões e na redação das atas do Conselho. A única informação que consta na referida ata diz respeito às ações planejadas e prometidas para 2006, pela Secretaria de Turismo, sendo elas:

- Treinamentos, capacitações e qualificação da mão- de-obra.
- Caravana técnica.
- Atualização do material de divulgação (guia e fôlder);
- Consultoria de gestão do projeto.
- Pesquisa de opinião e mercado.
- Cartilha “Educação para o Turismo”.
- Reformatação de produtos;
- *FAMTOUR*¹⁹¹ com guias de turismo, agências de viagens, jornalistas e taxistas.
- Participação em feiras de turismo, salão profissional da ABAV, Feiratur.
- Plano de *marketing* para o Circuito Italiano de Turismo Rural.
- Taxitur.
- Manutenção do site do Circuito Italiano de Turismo Rural.
- Desenvolver o artesanato local.

As ações divulgadas pela prefeitura se concentram na divulgação do CITUR, tanto em Colombo como em feiras e exposições. O material de divulgação, a pesquisa de

mercado, as cartilhas para a população local, o *Famtour*, o plano de *marketing*, as feiras, e o *site*, são ações estritamente direcionadas à divulgação/promoção do CITUR, e objetivam atrair mais demanda para o Circuito. Assim, das 13 ações propostas pela Secretaria, 7 são voltadas à divulgação do CITUR.

As demais ações, de caráter mais estrutural, visam melhorar a capacitação dos empreendedores para atendimento e gestão do empreendimento, contudo a equipe da prefeitura não apresenta detalhes sobre o tipo de capacitação que deverá ocorrer, quem realizará as consultorias, no que consistirá a reformatação dos produtos, e como desenvolver o artesanato local. Considerando tais ações, percebemos a influência do SEBRAE na gestão do CITUR, sobretudo no que tange aos treinamentos, às consultorias, à reformatação dos produtos e ao apoio ao artesanato¹⁹².

Já a caravana técnica é uma atividade que consiste em levar os empreendedores do CITUR a alguma destinação de turismo rural no Brasil, para que estes possam ter contato com outros empreendimentos, circuitos e atrativos, contribuindo assim para ampliar o conhecimento destes em relação à oferta de turismo rural¹⁹³. Todavia, nosso maior questionamento em relação a tais caravanas reside no público que participa, pois, muitas vezes, o poder público municipal, estadual ou federal destina recursos para incentivar a participação dos empreendedores, sobretudo aqueles com menos conhecimento e poucas condições financeiras para realizar essas viagens, mas, na prática, estes empreendedores acabam não tendo condições de participar, restando aos empreendedores com mais tempo disponível e com mais conhecimento as vagas para tais viagens. Assim, o Estado acaba direcionando recursos/subsídios para aqueles empreendedores já consolidados, que não necessitam desses recursos/subsídios, enquanto os pequenos empreendedores, sobretudo os agricultores familiares, não são beneficiados.

Apesar das ações elencadas por Micheli na primeira reunião de 2006, constatamos que poucas foram implantadas, sobretudo aquelas condizentes às questões estruturais do CITUR. O próprio SEBRAE reduziu sua participação no CITUR, pois, após serem procurados pela secretária Micheli e participarem de algumas ações, sentiram falta do *feedback* da prefeitura em relação à continuidade da parceria. Os funcionários da prefeitura argumentam que o SEBRAE atua com ações pontuais, pois busca atender diversas destinações de turismo no Brasil. Considerando, no entanto, a falta de comprometimento da Secretaria Municipal de Turismo com o CITUR, e sabendo que foi a

¹⁹¹ *Famtour* é uma abreviação de “familiarização turística”, que consiste em uma excursão oferecida pelos promotores de algum roteiro, circuito ou destinação turística, para profissionais direta e indiretamente ligados ao turismo, conhecerem e divulgarem determinada destinação.

¹⁹² O SEBRAE possui um programa nacional de apoio ao artesanato, incentivando a rica produção artesanal brasileira, porém atuando numa perspectiva de exportação do artesanato local, de profissionalização dos artesãos, e de incentivo à criação de pequenas empresas por parte destes.

¹⁹³ Cabe registrar que, na caravana técnica de 2007 para a Serra Gaúcha, cerca de metade dos participantes não eram empreendedores do CITUR, mas, sim, funcionários da prefeitura de Colombo.

secretária Micheli que procurou o SEBRAE, chegamos à conclusão de que o SEBRAE perdeu o interesse pelo CITUR e decidiu investir em outras experiências.

Nas reuniões seguintes, os conselheiros discutem algumas mudanças nas normas do CITUR, e a organização dos empreendedores para a Festa do Vinho. Os proprietários de restaurantes não se interessam em participar da festa, pois preferem atender nos restaurantes. Alguns vinicultores também decidem não participar da festa, alegando não ter vinho suficiente para suprir a demanda de todo o ano em suas propriedades.

Micheli informa que 19 empreendedores pretendem entrar no CITUR, que haverá um dia de capacitação para estes, e que, após 30 dias, cada empreendedor deverá apresentar seu projeto para avaliação do CMT. Diz também que pretendem ampliar o número de escolas atendidas com o projeto “Educação para o Turismo”, e que entrarão na fase de visitas aos empreendimentos com os alunos. Em relação ao projeto de transferência de duas casas antigas para o Parque da Uva, realizado em parceria com a ECOPARNÁ, afirma que o projeto está em licitação, e que em breve as casas serão deslocadas. Micheli também fala de um projeto de sinalização turística com símbolos padronizados pela OMT, e de um projeto de instalação de lixeiras nos empreendimentos do CITUR, ambos com recursos do Ministério do Turismo, que já foram aprovados, mas ainda não foram executados em virtude das eleições de 2006.

Para reavaliar a parceria com o SEBRAE, ficou marcada uma reunião para agosto, para discutir o acordo de resultados, o foco de *marketing* e o Plano Estratégico, que, na opinião do SEBRAE, deve ser mais abrangente e mais profissional¹⁹⁴. Micheli diz que a reunião será acompanhada por um consultor do SEBRAE e a intenção é estar, juntamente com os associados, definido as próximas ações a curto e longo prazo. Apesar dessa referência ao SEBRAE, verificamos que o órgão apenas contribuiu em 2006 com a elaboração e publicação do guia turístico de Colombo e não constatamos maiores detalhes sobre a parceria e seus resultados no livro de atas. A funcionária Denise, da Secretaria Municipal de Turismo, afirmou que, além do guia turístico, o SEBRAE fez palestras e uma caravana técnica em 2006, mas que em 2007 nenhuma ação havia sido combinada. Denise acha que o SEBRAE resolveu investir em outras iniciativas.

O ano de 2006 marca também a criação da “Associação dos Empreendedores do Circuito Italiano de Turismo Rural de Colombo”, com a sigla “ECITUR”. Fundada em 7/6/2006, a partir da iniciativa de empreendedores do CITUR, a ECITUR é uma Associação Civil, sem fins lucrativos, que tem como objetivo desenvolver ações para a promoção do CITUR, como o levantamento de problemas e necessidades, captação de recursos, e execução de projetos. Dos agricultores familiares do CITUR, apenas as Vinícolas Dirceu Cavalli, José Secon e Odilon Cavalli não fazem parte da ECITUR,

¹⁹⁴ Segundo Micheli (entrevista 2005), o SEBRAE acha o CITUR muito caseiro e os empreendedores precisam ter visão empresarial.

alegando que não foram convidados. O Anexo 11 traz a relação dos sócios da ECITUR em 2007.

Em 2007, tivemos a oportunidade de participar de uma reunião do CMT (a 67ª), ocorrida no dia 27 de março, alguns dias após a caravana técnica para a Serra Gaúcha. A reunião contou com a participação das seguintes pessoas:

- Micheli Mocelin – Secretária Municipal de Turismo
- Denise Guimarães – Diretora da SETUR
- Nilson Rosa – RSR Chinchila / presidente do CMT
- Antonio Sperandio – Estância Roseira
- Ivo Gueno e Julio Gueno – Chácara Gueno
- Geraldo Simião – Sítio Alegria
- Ivete – Grande Família
- José Adyr Gasparin – PP Gasparin
- Luci – suplente Secretaria de Indústria e Comércio de Colombo
- Fabio – Secretaria de Cultura
- Carlos Henrique – Chácara Dona Rosa – está entrando no CITUR
- Rose – Secretaria de Agricultura.

Destes, apenas os srs. Ivo e Julio Gueno, e Carlos Henrique não são conselheiros. A pauta da reunião limitava-se à organização da eleição do CMT em 2007, que deveria ter sido realizada na primeira quinzena de novembro, conforme regimento do CMT. Então, houve um atraso de quase oito meses, pois o processo eleitoral, que era para ocorrer no início de agosto, só começou a ser debatido no final de março. Esse atraso se apresenta como mais um fato que contribui para nossa avaliação negativa da atual gestão da SETUR e do CMT, pois demonstra o descaso com o CMT e com o CITUR.

Não temos subsídios para afirmar que a instituição da ECITUR influenciou nas reuniões e no andamento do CMT, mas, segundo as informações levantadas com diversos empreendedores, ocorreu o contrário, pois a inércia da SETUR levou ao esvaziamento do CMT e, conseqüentemente, à constituição da Associação, haja vista que a prefeitura vem deixando a desejar no que tange à gestão do CITUR.

Nessa reunião do dia 27 de março, os participantes decidem que a eleição será em 25 de junho e a convocação das chapas tem prazo para 10 de maio de 2007. Resolvida a questão das eleições, o grupo passa a conversar sobre a caravana técnica. Geraldo diz que, após a viagem, percebeu que o foco do CITUR deve ser na captação de recursos e na cobrança por roteiros ou por visitação. Ivete concorda com a cobrança, fala que agências de viagem foram chamadas para definir preços de entrada em cada empreendimento de Gramado-RS, e que a idéia é interessante para aplicarem no CITUR. Micheli coloca que não é o melhor momento para tratar esses assuntos, argumentando que já foi marcada uma reunião para 10 de abril, onde o grupo irá avaliar a caravana e as ações futuras do CITUR.

O sr. Ivo Gueno, que participa do CITUR há sete anos, mas nunca esteve nos mapas e nos guias informativos, cobra Michele sobre placas na estrada da Colônia Faria e diz que faz dois anos que espera uma resposta para placa do CITUR em sua

propriedade. Michele diz que placas são de responsabilidade do empreendedor e pede para que sejam feitas por uma empresa específica. Ivo se queixa de Michele, pois estava esperando uma posição dela sobre a questão das placas. Michele se enrola e acaba dizendo que ocorreu um mal entendido. Ivo não aceita o argumento de Micheli, mas o foco da conversa é desviado por outros participantes.

Geraldo diz para Ivo não se preocupar, pois a Associação (ECITUR) vai resolver o problema das placas, e já tem um projeto da associação para refazer as placas de sinalização, e que Fernando (Vinícola Franco-Italiano) e Marlon (Chácara É da Pam) estão fazendo um diagnóstico da situação das placas do CITUR. Michele diz que a prefeitura já tem levantamento das placas, e Geraldo pede para a prefeitura continuar suas ações, que a ECITUR vai buscar agir emergencialmente em relação às placas. Micheli se mostra um pouco incomodada com a situação das placas, pois todos reclamam da má conservação destas. Apesar de afirmar que o objetivo da ECITUR é trabalhar em parceria com a SETUR na gestão do CITUR, Geraldo não dá muita atenção às falas de Micheli.

No fim da reunião, Michele, em tom político, diz que Ministra do Turismo estará em Colombo na primeira quinzena de junho, e fala de projeto para colocar um portal na entrada da cidade. Também coloca que uma professora italiana da UFPR tem interesse em fazer pesquisa sobre arquitetura italiana em Colombo.

Procuramos também, fazer algumas considerações sobre a ECITUR (Associação dos Empreendedores do Circuito Italiano de Turismo Rural), pois esta se apresenta, a partir de 2006, como uma nova instituição criada a partir do CITUR, que tende a influenciar o desenvolvimento do Circuito.

4.1. A Associação dos Empreendedores do CITUR (ECITUR)

Como já colocado, a ECITUR foi criada por iniciativa de empreendedores do CITUR, com o objetivo de dar mais autonomia para estes poderem desenvolver ações e angariar recursos para o CITUR e, conseqüentemente, para seus empreendimentos. Junto com o CMT, a ECITUR se apresenta como importante instituição gestora do CITUR, mas diferentemente do CMT, é uma entidade totalmente desvinculada do poder público. A atual diretoria da ECITUR, com mandato de dois anos, é composta pelos seguintes empreendedores do CITUR:

- Presidente (Geraldo – Pousada Sítio da Alegria);
- Vice-presidente (Antonio Sperandio – Estância Roseira);
- Tesoureira (Ivete D’Agostin – Ristorante Grande Famiglia);
- Conselheiros Fiscais (Denise Mello – Restaurante Bosque Italiano / Dirceu Camargo – Vinícola Franco Italiano / Nilson Rosa - RSR Chinchilas).

O anexo 11 traz a lista dos membros fundadores da ECITUR. Dos oito agricultores familiares do CITUR, 3 não são sócios da Associação. Somente o senhor Dirceu

Camargo está na Diretoria da ECITUR, e sua família parece animada com a Associação. Fernando (filho de Dirceu Camargo) faz críticas à prefeitura, dizendo que esta não acredita na atratividade do CITUR, e aposta na ECITUR.

Ao perguntarmos sobre a ECITUR para José Seccon, este afirmou não saber da existência da mesma, e que não foi convidado ou informado sobre a associação, indicando que nem todos os empreendedores foram convidados à participar. A família de Dirceu Cavalli não vem participando da ECITUR e não parece interessada, assim como a família da Vinícola Odilon Cavalli.

Pedrinho Strapasson faz parte da ECITUR e diz que o objetivo da Associação é não depender da prefeitura, e agilizar o CITUR.

Eloí (Chácara É da Pam) diz que a Associação deve fazer o que a prefeitura não vem fazendo. Seu filho Marlon vem participando ativamente da ECITUR. Mello (Restaurante Bosque Italiano) afirma que enquanto a ECITUR é uma associação formal, e de propriedade dos empreendedores, o CITUR é informal e de propriedade da prefeitura de Colombo.

Apesar de a ECITUR ter a participação de agricultores familiares como Neuri Maschio, Pedrinho Strapasson, Edemir Gasparin, Pedro Gasparin e Dirceu Camargo, questionamos a legitimidade dessa participação – haja vista o incipiente envolvimento desses atores no processo de proposição e tomada de decisões no CMT – e sua limitada influência política frente um grupo maior e mais organizado, preocupado com o aumento de seus lucros individuais. Entre as famílias de agricultores, somente a de Dirceu Camargo vem atuando mais efetivamente nas tomadas de decisão, porém, esta vem substituindo sua identidade de representante da agricultura familiar para uma identidade empresarial, demonstrando a adoção de uma racionalidade eminentemente econômica.

Considerando as impressões de Ivete e outros empreendedores que lideram a ECITUR, como Mello, Geraldo, Fernando, Nilson, Marcelo, entre outros, e que possuem uma visão empresarial mais aguçada, com a criação da ECITUR, o grupo objetiva ter autonomia em relação à prefeitura, bem como separar os empreendedores que se consideram profissionais e primam pela elitização e padronização do CITUR nos moldes do turismo convencional, dos empreendedores considerados amadores e sem potencial de crescimento. Entre esses últimos, estão empreendimentos que formaram a oferta inicial do CITUR, impulsionaram a criação e a operacionalização do Circuito, e que são gerenciados por agricultores familiares, como as vinícolas Odilon Cavalli, Dirceu Cavalli e José Seccon. Assim, apesar de incorporar agricultores familiares em seu grupo de associados, a lógica da ECITUR é totalmente mercantil e empresarial.

Buscando identificar as impressões dos empreendedores em relação ao CITUR, procuramos levantar informações quanto à satisfação dos empreendedores com o Circuito. O item a seguir, sintetiza essas impressões, e demonstra uma redução da

satisfação dos empreendedores com os funcionários da prefeitura que administram o CITUR e, conseqüentemente, com o próprio CITUR.

4.2. Impressões sobre o CMT e sua gestão

No que tange especificamente a uma avaliação das atas do CMT, percebemos problemas na elaboração dos respectivos textos, pois os pontos de pauta apontados no início das reuniões não são discutidos, ou não são registradas as discussões e as decisões. Constatamos que as melhores atas foram aquelas elaboradas por Ângela Mottin, que, como já dissemos, foi uma atora fundamental no desenvolvimento do CITUR. Já as atas da atual gestão, quando existem, são mal escritas e registram poucas decisões.

Ademais, várias sugestões e discussões são apresentadas nas reuniões do conselho, mas pouco é feito para efetivar as ações. Isso indica uma má gestão do CMT e do CITUR, por parte da prefeitura, e a falta de organização dos empreendedores em torno de objetivos em comum.

Individualmente, os empreendimentos vêm sendo visitados e têm gerado benefícios econômicos para seus empreendedores, apesar dos lucros variarem entre cada empreendimento. A gestão coletiva do CMT e do CITUR, no entanto, deixa a desejar, pois muito do que é discutido nas reuniões, não é resolvido ou implantado. O foco do CMT se dá em ações imediatas e pontuais, predominando a organização para a divulgação do CITUR em eventos e para a produção de material informativo. Questões estruturais e de planejamento acabam sendo minoritárias.

As mudanças na representação do CMT se mostram confusas e sem justificativas claras, de modo que podem ter sido propostas e implantadas com o objetivo de favorecer alguns empreendedores mais articulados politicamente.

Assim, apesar da importância do CMT para a busca de uma gestão participativa e democrática do CITUR em Colombo, este Conselho apresenta diversos problemas de representatividade, de execução das ações, e de registro dos debates e deliberações nas atas, além da concentração de poder por parte de alguns conselheiros.

Ao tentarmos fazer uma avaliação geral do CITUR a partir das atas das reuniões do CMT, verificamos que com a mudança na gestão do município, muda também o tratamento do poder público municipal em relação ao CITUR. Entendendo que o CITUR já está consolidado e que os empreendedores não precisam de muito auxílio, a gestão municipal atual passa a investir na profissionalização dos empreendedores, sobretudo através da parceria com o SEBRAE; no incentivo à criação de empresas por parte dos empreendedores do CITUR; e no crescimento do número de empreendimentos. Apesar de uma retórica mais profissional e empresarial, a equipe liderada por Micheli se mostra menos conhecedora e preocupada com os impactos do turismo rural na agricultura

familiar, e pouco atuante no que tange às ações de melhoria do CITUR, sobretudo no acompanhamento dos empreendimentos envolvidos. Aumenta a cobrança sobre os empreendedores, porém o apoio a eles é reduzido. Esses fatos levam a um forte descrédito da maior parte dos empreendedores em relação à SETUR, e também ao CMT.

Pelo que pudemos perceber no último trabalho de campo e na reunião do CMT de que participamos em março de 2007, há uma falta de credibilidade quase generalizada dos empreendedores com a equipe de turismo da prefeitura, e o direcionamento da maior parte dos empreendedores para ações via ECITUR indica esse descrédito e a intencionalidade em não depender da prefeitura. Não obstante, a equipe da prefeitura, preocupada em divulgar o CITUR em feiras, exposições, e mais recentemente nas escolas de Colombo, deixa em segundo plano as visitas e assessorias aos empreendimentos, distanciando-se dos problemas cotidianos destes.

Mesmo mantendo o discurso de que o CITUR tem o principal objetivo de melhorar a vida dos pequenos agricultores familiares, a atual equipe da SETUR se mostra preconceituosa em relação à participação destes agricultores no CITUR, e sem conhecimento adequado sobre a realidade do Circuito. Na entrevista feita em março de 2007 com Denise Guimarães, diretora municipal de Turismo, esta reafirmou que o CITUR continua visando “evitar o êxodo rural, promover a geração de emprego e renda nas propriedades rurais, e melhoria das condições de vida do agricultor”. Denise, no entanto, fez críticas aos agricultores familiares, dizendo que estão acostumados com o paternalismo no CITUR, pois as coisas vinham mastigadas pra eles. Isso os levou a achar que a prefeitura tinha que dar tudo na mão, mas a gestão atual está jogando o peso nas costas deles.

Ao perguntarmos para Denise quem seriam os agricultores familiares do CITUR, apenas o sr. Neuri (Chácara Morango Natural) e o sr. José Gasparin (Pesque-Pague/Colhe-Pague Gasparin) foram citados. Denise também apontou o Sítio Mãe Terra como representante da agricultura familiar, mas tal empreendimento não é de propriedade de agricultores familiares.

Em entrevista realizada em 2005 com Micheli Mocelin, secretária municipal de Turismo, a mesma secretária deixou claro que a SETUR vem incentivando os empreendedores a cadastrar os empreendimentos do CITUR como empresas no modelo simples, gerando assim divisas para o município, porém Micheli se queixou de alguns agricultores que não queriam abrir empresa, pois entende que o agricultor não deixa de ser um empresário. Alguns agricultores familiares com empreendimentos no CITUR relataram que Micheli chegou propondo diversas mudanças no Circuito, e incentivando a abertura de empresas nos empreendimentos. Houve, contudo, uma resistência por parte de alguns empreendedores, que questionaram as posições de Micheli e concordaram em realizar mudanças paulatinas nas propriedades, a partir da seleção coletiva de ações

prioritárias. Muitos empreendedores se mostraram insatisfeitos com a atual administração municipal, que cobrou muito e fez pouco.

Em relação às ações da equipe de turismo da prefeitura e à situação atual do CITUR, destacamos os seguintes pontos:

- Durante a busca de informações no trabalho de campo feito em março de 2007, Denise nos repassou o planejamento da SETUR para o referido ano (Anexo 10), com diversas ações para cada mês. Ao questionarmos sobre a execução das ações dos meses de janeiro, fevereiro e março, percebemos que a maior parte das ações planejadas não chegou, contudo, a ser executada. Denise diz que algumas ações estão atrasadas, mas que outras vêm sendo realizadas. A funcionária destaca o vídeo do CITUR produzido pela prefeitura, e o projeto de “Educação para o Turismo”, onde a SETUR desenvolveu um jogo sobre o Circuito para ser distribuído aos estudantes.

- O investimento da prefeitura no projeto de “Educação para o Turismo” é justificado pela falta de conhecimento do CITUR e de seus atrativos pela população de Colombo, e se apresenta como uma ação positiva da atual equipe da prefeitura responsável pela gestão do CITUR. Existiram, no entanto, empreendedores que reclamaram das visitas de grupos escolares, alegando que o retorno econômico é pequeno.

Cabe ressaltar que a execução de um projeto deste cunho apenas oito anos após a inauguração do CITUR indica a falta de planejamento do turismo por parte dos promotores do Circuito, e problemas na gestão anterior, liderada por Antonio Miglioransa. Acreditamos ser primordial um trabalho de base com a população local antes da chegada do turismo, para que esta conheça o que é o turismo e quais são seus impactos em potencial, opine e participe das ações em torno do planejamento e da gestão do CITUR.

- Algumas demandas importantes que há muito tempo fazem parte da pauta das reuniões do CMT, como a sinalização, material de divulgação, organização do artesanato, atualização do *site*, entre outras, continuam no planejamento da SETUR, mas nunca são totalmente atendidas. A falta de execução de diversas ações planejadas se apresenta como um dos maiores problemas da gestão do CITUR pela prefeitura municipal de Colombo.

O estado de conservação das placas de sinalização chama atenção, pois os tótems e os portais de entrada no CITUR estão totalmente deteriorados, e várias placas indicativas de acesso – de responsabilidade da prefeitura – estão ilegíveis, amassadas e até destruídas. Algumas placas nos empreendimentos, de responsabilidade dos empreendedores, estão em bom estado de conservação, porém também existem placas deterioradas. A foto 9 mostra uma placa em péssimo estado de conservação.



Foto 9 – Placa do CITUR deteriorada.
Autor: CANDIOTTO, L. Z. P. Mar./2007

A sinalização, além de fundamental para a orientação dos visitantes, sempre foi uma das principais demandas de turistas e empreendedores do CITUR à prefeitura. Apesar disso, a atual gestão do turismo no município de Colombo, não providenciou ações para a melhoria da qualidade da sinalização turística do CITUR. Nas ocasiões em que estivemos em Colombo, percebemos melhorias nas placas particulares dos empreendimentos, porém nas de responsabilidade da prefeitura, não houve uma manutenção adequada.

Após a instalação das placas de acesso (de responsabilidade da prefeitura) no início do CITUR, não houve nenhum projeto executado para a reforma e melhoria destas. Os problemas em relação às placas ainda persistem, haja vista a discussão do sr. Ivo com a secretária Michele na reunião de 2007. Michele fez questão, contudo, de colocar que existe um projeto de sinalização com base em símbolos padronizados pela OMT que já está aprovado, restando apenas à liberação do recurso pelo Ministério do Turismo. O presidente da ECITUR também se mostra preocupado com a situação das placas, e diz que essa questão é uma prioridade emergencial da referida associação.

5. Avaliação do CITUR pelos empreendedores

Em primeiro lugar, apresentamos as impressões dos agricultores familiares inseridos no CITUR, e, em seguida, opiniões de outros empreendedores. A exposição de impressões anteriores a 2007 permite comparar o grau de satisfação com o CITUR durante sua existência, com a opinião atual dos empreendedores em relação ao Circuito e à sua gestão.

A mudança na gestão da prefeitura e, conseqüentemente, na equipe responsável pelo turismo em Colombo parece ter influenciado o CITUR, pois a família da Vinícola

José Seccon passou a reclamar da prefeitura a partir de 2005, e a dizer que o CITUR enfraqueceu e está parado. Na entrevista de 2007, reclamaram da falta de recursos da prefeitura para sinalização e propaganda do CITUR. Disseram que, quando o empreendedor põe placas na propriedade, vândalos não respeitam e destroem. Já quando é a prefeitura que coloca, há menos depredação, portanto, a prefeitura poderia passar nas propriedades, dizer o preço da reforma e construção das placas, e colocá-las. Fazem uma avaliação geral do CITUR como regular, mas, em 2004, disseram que o CITUR era bom. Entendem que não existem conflitos de interesses entre os empreendedores.

A família responsável pela Vinícola Dirceu Cavalli se mostrava satisfeita com o CITUR em 2001. Em 2004, reclamaram da divulgação, mas achavam que o CITUR estava bom. Em 2005, achavam que a nova gestão da prefeitura iria melhorar o CITUR, mas, em 2007, disseram que o CITUR está abandonado, pois não é prioridade da atual gestão. Apontam que poucas melhorias foram feitas, falta material de divulgação, e existem problemas de sinalização e estradas. Numa avaliação geral, vêem o CITUR atualmente como regular.

A família da Vinícola Odilon Cavalli reclamou, em 2002, com base nas impressões dos visitantes, sobre a falta de placas de informação e sinalização do Circuito, mas avaliou o CITUR como bom. Em 2004, queixaram-se do aumento no tempo de trabalho com o atendimento na vinícola aos fins de semana, mas avaliaram que a idéia do Circuito foi boa e que a entrada valeu a pena, pois aumentou venda do vinho e tem a oportunidade de conhecer pessoas diferentes, e aprender coisas novas. Também elogiaram a divulgação. Em 2005 afirmaram que o CITUR estava da mesma forma e, em 2007, fizeram críticas à equipe de turismo da prefeitura, dizendo que ela parou de apoiar o Circuito, está perdida e não sabe o que fazer. Também reclamam que moradores da comunidade pediram para a prefeitura asfaltar a estrada, mas não foram atendidos. Assim, muitos turistas não vão à vinícola devido às más condições da estrada.

Na visão da família, a gestão anterior tratava o CITUR melhor. Hoje avaliam o Circuito como regular, mas disseram que não dependem tanto dele para a visita, pois já têm fregueses antigos. Entendem que pouca coisa mudou na vida da família com a criação do CITUR, mas melhorou. Ao perguntarmos sobre conflitos de interesses entre os empreendedores, afirmaram que existem problemas de interesses diferentes.

Em 2001 o CITUR foi avaliado pela família de Pedrinho Strapasson como ótimo, pois divulgou a vinícola, apesar de já haver referências a excursões agendadas que não compareceram. Em 2004, disseram que o turismo contribuiu para aumentar a venda do vinho, mas não mudou muita coisa no modo de vida da família, pois apenas cerca de 5% do vinho é vendido para visitantes do CITUR. Em 2005, a avaliação foi de que o CITUR

estava parado, pois houve um abandono por parte da equipe de turismo da prefeitura, sobretudo em relação à manutenção das estradas.

Em 2007 a família continua percebendo que o CITUR está parado e a administração vem fazendo bem menos que a anterior. Citaram problemas nas estradas e nas placas, e disseram que algumas placas de acesso à propriedade estão em bom estado de conservação porque os proprietários cuidam. Para a família, a atual gestão piorou o CITUR, e estão “perdendo” para o Circuito de São José dos Pinhais - PR. Também continuam reclamando das excursões agendadas que não aparecem, e acreditam que excursões com crianças são importantes, mas não dão lucro.

Em 2001, a família da Vinícola Franco Italiano reclamava dos horários das excursões, mas avaliava o CITUR como bom. Já em 2004, diziam que faltava mais incentivo da prefeitura, apesar da melhoria das estradas e da mão-de-obra da prefeitura para colocar as placas. Entendem que o CITUR melhorou a vida da família, pois os turistas são uma fonte de renda e informação, porém preferem os fregueses antigos, porque alguns turistas são “chatos”. Outro aspecto negativo levantado foi a falta de tempo para a família, de modo que os membros fazem um revezamento no atendimento, para poderem passear e viajar.

Em 2007, disseram que o CITUR vem crescendo aos poucos e se manteve, mas que a gestão atual não vem fazendo nada. Como problemas citaram a má conservação das placas, a falta de qualidade da oferta, as vias de acesso e a redução do número de excursões, além do antigo problema das excursões que chegam sem um agendamento prévio, ou daquelas que são agendadas e não aparecem. Acreditam que o CITUR contribuiu na geração de emprego e aumento da renda da família, mas não foi determinante na vinícola. A avaliação atual que fazem do CITUR é ruim.

Já em 2001, a família Maschio (Chácara Morango Natural) reclamava das excursões, e da falta de retorno financeiro das excursões técnicas, pois nunca receberam nada com as excursões, a não ser com a venda dos produtos. Avaliaram, no entanto, o CITUR como bom, pois ampliou a renda e a auto-estima familiar. Em 2004, reclamaram do tempo que gastam para preparar a recepção e para receber os visitantes, mas continuavam vendo o CITUR como positivo. Disseram o CITUR passou por altos e baixos, mas que, desde 2002, estava bom. Avaliaram também que o turismo melhorou a vida da família.

Em 2005, afirmaram que o CITUR estava parado, mas que já estava assim. Reclamaram novamente da falta de retorno das excursões, pois gastam um dia todo para preparar a recepção de grupos e muitas vezes os visitantes não compram nada. Afirmaram se sentirem explorados, e que tiveram idéia de cobrar R\$ 2,00 por um suco de morango feito na hora, mas a prefeitura não apoiou a iniciativa. Disseram que a prefeitura

repôs algumas placas de acesso ao Circuito que estavam danificadas, mas que a prefeitura poderia ajudar mais.

Em 2007, mostraram-se bem decepcionados com a gestão do CITUR, alegando que sempre receberam excursões sem cobrar nada, e pouco retorno financeiro tiveram. Novamente, reclamaram das excursões, pelo tempo perdido na preparação e na recepção, pela degustação dos produtos e pela falta de retorno, pois poucos compram os produtos. Disseram que o CITUR está parado, que o fluxo de visitantes caiu muito, e que os funcionários não se mexem. As placas estão deterioradas e, em alguns lugares, não existem placas (vandalismo), fato que prejudica o acesso pelos turistas. Mesmo na época de safra, estão recebendo poucas excursões, e de dezembro até março desse ano, não receberam turistas. Ainda citaram o problema de excursões surpresa e de outras programadas que não vieram. Para a família, existiam mais excursões na gestão passada, e a equipe atual vem trazendo apenas excursões escolares. Estão se sentindo abandonados pela prefeitura, e acham que o CITUR está ruim para eles, mas que, para os restaurantes, está bom.

Queixaram-se também dos turistas, que jogam copos de plástico (da degustação) em qualquer lugar. Citam, contudo, que algumas pessoas que conheceram a propriedade como turistas do CITUR se tornaram fregueses e sempre voltam para comprar os produtos. Para eles, não existem problemas de interesses entre os empreendedores do CITUR, pois todos se ajudam.

Em 2001, a família Gasparin (Pesque-pague / Colhe-pague Gasparin e Filhos) avaliava o CITUR como ótimo. Em 2004, disseram que valeu a pena a entrada no CITUR, pois conheceram novas pessoas, aumentaram sua auto-estima, e saíram da rotina. No início não acreditaram, porém, que daria certo, pois achavam que não iam se acostumar em receber os visitantes. Falaram da necessidade de a prefeitura disponibilizar mais guias para atender os grupos de visitantes, mas afirmaram que a vida da família melhorou após o CITUR. Disseram também que a qualidade dos vinhos caiu, pois alguns vinicultores estavam adicionando água.

Não diferente da maioria dos demais agricultores empreendedores, em 2005, passaram a falar do CITUR em tom mais crítico, referindo-se ao papel da equipe liderada pela prefeitura. Avaliaram que o CITUR decaiu bastante e que, apesar de as excursões continuarem, as visitas reduziram. A prefeitura poderia ajudar mais e dar mais atenção aos empreendimentos, pois diminuiu a visita e o acompanhamento. Ao questionarmos sobre uma comparação com a gestão anterior, afirmaram que com a Ângela (Mottin) era melhor.

Em 2007, a satisfação com o CITUR estava ainda pior. Disseram que valeu a pena entrar, mas reclamam que a nova equipe deixou os empreendedores inseguros, pois chegaram com propostas de mudanças nas propriedades que assustaram os

empreendedores. Além disso, Michele cobrou muito, fez pouca coisa e foi responsável por conflitos com os empreendedores.

Como a gestão atual bagunçou o CITUR, as propriedades vêm se virando sozinhas, e a criação da ECITUR é uma mostra disso. Reclamam de imposições da prefeitura e que os empreendedores são pouco ouvidos. Os guias não são preparados para conduzir os turistas nas propriedades, e não avisam mais sobre excursões. As excursões estão paradas, mas esperam que a partir de maio aumentem. A avaliação atual do CITUR é regular, mas entendem que muita coisa mudou pra pior.

Na avaliação da família do Moinho Artesanal, o CITUR melhorou, está bom, e não existem problemas de organização, porém a família não tem muito conhecimento da trajetória do CITUR, pois participaram apenas de algumas reuniões do CMT e também não vêm participando da ECITUR, apesar de o sr. Pedro constar como membro. O empreendimento parece ser deixado de lado pelos outros empreendedores, devido ao fato de a família não ter uma visão empresarial, nem condições para investir e melhorar o empreendimento para atender os visitantes. Mesmo assim, a família acredita que a vida melhorou com o CITUR, pois as novas relações sociais aumentaram a renda e a auto-estima. A reforma do moinho deu novo impulso ao empreendimento e renovou o ânimo de Pedro, que hoje, não tem queixas do CITUR.

A família proprietária do Pesque-pague e Parque Aquático Sítio das Palmeiras, avaliava o CITUR como ótimo em 2002, mas, em 2004, disse que os benefícios da prefeitura limitaram-se à manutenção das estradas, e que o pessoal estava desunido, pois poucos vão às reuniões (metade dos envolvidos). Em 2007, colocaram que a atual administração vem fazendo muito pouco pelo CITUR, e que não estão fazendo propaganda para atrair toda a demanda potencial.

Entendem que Ângela e equipe traziam mais excursões e acompanhavam o empreendimento de perto. Avaliam o CITUR como regular, mas disseram que gostam de atender e de conversar com os turistas, apesar de não ser fácil lidar com o povo. O empreendimento melhorou a vida da família, apesar de ter menos tempo-livre hoje.

Reclamaram dos horários das excursões, e da falta de comunicação da equipe da prefeitura sobre elas. Também não são membros da ECITUR, apesar de serem convidados para participar. Acham complicada a idéia da Associação, pois disseram que o prefeito não a apóia, e que a falta de incentivo da prefeitura pode prejudicar o CITUR, porém, como a prefeitura vem fazendo pouco, acham a idéia válida.

Em 2001 a satisfação dos empreendedores da Chácara É da Pam com o CITUR era regular e já reclamavam da sinalização, apesar de constatarem aumento da renda familiar e maior divulgação do empreendimento. Em 2004, disseram que o turismo decaiu um pouco, e que a sinalização poderia ser melhorada. Em 2005 afirmaram que o CITUR estava melhorando e que a prefeitura vinha se preocupando mais, mas em 2007

mudaram de opinião, dizendo que a gestão atual da prefeitura não está boa para o CITUR, que as excursões organizadas pela prefeitura foram reduzidas, e que a gestão anterior era melhor.

O proprietário do Mundo Mel Espaço Rural, afirmou que os empreendedores estão sofrendo com gestão municipal atual, e que Ângela e sua equipe eram mais participativos. Para ele existem alguns empreendedores barrando outros empreendimentos que querem entrar para o CITUR, em função da concorrência interna que isso pode gerar.

Os responsáveis pelo Restaurante e Vinícola Passárgada avaliavam o CITUR em 2002 como excelente, pois ajudava a aumentar os clientes, resgatava a história e fazia com que as pessoas redescobrissem Colombo. Em 2005, afirmaram que o CITUR não tinha mudado muito, mas as condições das estradas tinham piorado. O cunhado de Nelson nos informou que foi o empreendedor quem realizou a festa do vinho, e que Nelson poderia ser secretário de turismo de Colombo, pois tem boa influência política.

Em 2007, colocaram que falta apoio da prefeitura e que o Circuito está parado, pois as visitas e excursões através da prefeitura reduziram significativamente. No começo era bem melhor, pois havia muitas visitas durante a semana para conhecer a vinícola, além de diversas excursões técnicas, que hoje quase não aparecem mais. Também reclamam de falta de material de divulgação do CITUR nos empreendimentos, e que não têm mais contato com o pessoal da prefeitura, pois estes não vão mais às propriedades verificar como estão os empreendimentos. Dizem que os turistas reclamam bastante do CITUR, sobretudo em relação ao Centro de Informações e aos horários de visita da Gruta. Avaliam que o CITUR já esteve ótimo, mas que agora está regular.

Ao contrário da maioria dos empreendedores, a proprietária e administradora do Ristorante Grande Famiglia parece estar mais satisfeita com a atual equipe de turismo da prefeitura, pois disse que a prefeitura está empenhada no crescimento do CITUR, e que vem promovendo ações para a melhoria deste. Para ela, cada gestão tem seu valor. Enquanto a gestão anterior começou o CITUR, a atual vem dando continuidade ao trabalho, incentivando a participação dos empreendedores em eventos e exposições. Há um desejo geral de crescimento do CITUR.

Em relação à gestão anterior, em 2001 e 2004, a empreendedora apresentou maiores críticas. Em 2001, reclamou sobre a falta de retorno com o restaurante, e afirmou que o CITUR vinha avançando por iniciativa dos empreendedores, e não somente do CMT. Já em 2004, colocou que a prefeitura não *“não faz muita coisa”*, e *“não valoriza o empreendedor, nem conhece de negócios”*. Reclamou da falta de mão-de-obra qualificada, e de ônibus para os empregados à noite. Demonstrando uma postura empresarial e elitista, a proprietária fez as seguintes observações: a divulgação do Circuito deve ser melhorada, e direcionada para eventos e aeroportos. O Circuito é bom,

porém não tem grandes atrativos. O custo dos empregados e da manutenção é alto. Os empreendedores precisam de lucro para manter o empreendimento.

Já em 2005, primeiro ano da nova gestão municipal, a proprietária passou a compor o CMT, sendo representante do setor de gastronomia. Em sua avaliação do CITUR, é mais branda e parece estar mais satisfeita com o retorno financeiro do restaurante, porém se queixou de protecionismo com alguns empreendedores que não contribuem com nada. Ela não faz referência, mas parece ser crítica em relação aos pequenos empreendedores com pouca visão mercadológica, pois acha que é preciso profissionalizar o CITUR e investir nos empreendimentos.

Sobre a ECITUR, vem participando ativamente, como sócia e secretária. Ela acredita que a Associação é um avanço, pois tem personalidade jurídica e reduz a dependência dos órgãos públicos, sobretudo da prefeitura. Segundo a empreendedora, a ECITUR busca a participação de todos, e aqueles que querem trabalhar (e crescer) estão entrando na associação. Já quem não quer, só fica no CITUR.

Para o proprietário do Restaurante Piatto Nobile, o CITUR influencia pouco no restaurante, pois a maior parte dos fregueses é de Colombo. Ele entende que o CITUR está melhorando, e que a ECITUR – da qual faz parte – vai dar mais autonomia de decisão para os empreendedores, de forma a não depender tanto da prefeitura. Sua avaliação do CITUR é regular.

Na visão do proprietário e administrador do Restaurante Bosque Italiano, o CITUR deve ser encarado como atividade econômica do município, pois gera cerca de 300 empregos. Falta vontade política da prefeitura, e todas as ações partiram dos empreendedores. Por isso, acredita na ECITUR e faz parte dela. Para o empreendedor, o maior problema não é de falta de recursos, mas de organização e vontade política.

Avalia o CITUR como ótimo, mas ressalta que é em virtude das ações dos empreendedores, pois os visitantes vêm para os empreendimentos, e não para visitar o CITUR. Muitos nem sabem da existência do Circuito. Avalia também que a gestão anterior do CITUR era mais atuante, mais profissional. Apesar disso, parece ignorar todo um trabalho anterior realizado conjuntamente pela equipe de turismo da prefeitura e os empreendedores, e julga de forma bem parcial o CITUR.

Ao questionarmos sobre a participação de agricultores familiares no CITUR, diz que falta formação empresarial e orientação para estes atenderem os turistas, e que há um bloqueio natural destes para participar de cursos e reuniões. Entende que turistas buscam o simples, e que agricultores devem oferecer o básico (mínimo de conforto e estrutura) sem descaracterizar a propriedade.

Em 2004, a família proprietária da Art Plant, entendia que faltava vontade política para dar mais incentivos ao pequeno empresário, além de divulgação em jornais e TV, bem como infra-estrutura para o CITUR. *“É preciso pôr em prática o discurso”.*

Afirmaram, no entanto, que gostam de conversar com os turistas, e que o Circuito aumentou a divulgação e o conhecimento das pessoas sobre o empreendimento e, conseqüentemente, ampliou o número de visitantes. O proprietário faz parte da ECITUR, e comunga da visão empresarial dos outros empreendedores que lideram a iniciativa.

Em 2007, afirmaram que o CITUR vem melhorando, mas falta muito. A gestão atual vem trazendo poucas excursões, mas vem organizando dados (folha para registro de visitantes é um exemplo). Apontam os seguintes problemas do CITUR: falta divulgação, investimentos; falta sintonia entre empreendedores; falta linha de ônibus para população local conhecer CITUR; poderiam divulgar CITUR nas festas da uva e do vinho. Acreditam que o CITUR não influencia muito nas vendas, pois a maior parte das vendas vem da distribuição das flores e mudas para floriculturas.

Para um dos funcionários do Hotel Estância Betania, que é morador de Colombo, o CITUR não interfere no fluxo de hóspedes do hotel, mas a gestão atual está mais entrosada e o CITUR vem crescendo. Cita melhorias no material de divulgação, mas aponta como problemas o difícil acesso aos empreendimentos, pois não existem ônibus para a população local visitá-los. Disse também que muitos habitantes de Colombo não conhecem o CITUR.

A partir do levantamento das informações sobre a gênese e o desenvolvimento do CITUR, e de cada empreendimento envolvido, acreditamos ter subsídios empíricos para aplicar alguns conceitos teóricos trabalhados. Nesse sentido, buscaremos estabelecer um diálogo com os conceitos de verticalidades, horizontalidades e intencionalidades (SANTOS, 1996), ruralidades (CARNEIRO, 1999) e urbanidades (RUA, 2005). Sabemos que a tentativa de empiricizar os conceitos se constitui em uma tarefa de difícil execução, porém entendemos que são necessários esforços no sentido de dialogar no plano empírico com os conceitos teóricos. Nesse sentido, procuramos trazer tais conceitos para o debate sobre a gênese e desenvolvimento do CITUR.

Pelo fato de se manifestarem por meio de ações, entendemos que as verticalidades e as horizontalidades, assim como as ruralidades e as urbanidades, correspondem a territorialidades por parte de indivíduos, firmas e instituições. Já vimos, também, que as ações conduzem à inserção, à conservação e à substituição de objetos, que também carregam verticalidades e horizontalidades, urbanidades e ruralidades. Todavia, a existência de objetos na paisagem depende de ações locais, porém realizadas por atores internos e externos ao lugar.

6. Verticalidades, Horizontalidades e Intencionalidades na Gênese e Desenvolvimento do CITUR

Considerando os referenciais utilizados e a análise do CITUR, percebemos que, nas ações dos atores endógenos no lugar, há uma tendência em predominar horizontalidades. Essas ações horizontais (no lugar) podem, porém, ser influenciadas por verticalidades, disseminadas pelos atores exógenos ao lugar, ou mesmo por atores locais, que, ao incorporar valores verticais globais, passam a agir em prol da racionalidade hegemônica, acreditando que tais ações conduzirão ao crescimento econômico e ao desenvolvimento.

Desta forma, apesar de atuarem concretamente no lugar, os atores exógenos tendem a disseminar verticalidades, fortemente vinculadas à lógica mercantil e às intencionalidades do *trade* turístico. Estas irão influenciar nas suas ações individuais e, conseqüentemente, nas horizontalidades. Assim, quanto maior a inserção de atores exógenos, maior tende a ser a influência das verticalidades na produção do espaço geográfico.

Em relação à gênese do CITUR, entendemos que a oferta de lazer e turismo já existente antes da institucionalização do Circuito é decorrente de horizontalidades, pois são atividades concebidas e desenvolvidas no lugar, no espaço banal. As ações horizontais dos empreendedores, sejam eles autóctones ou de “de fora”, podem, contudo, tanto ter intencionalidades horizontais, como intencionalidades verticais.

Os empreendimentos de agricultores familiares, como as vinícolas e a produção orgânica, são horizontalidades que fazem parte do cotidiano destas famílias, pois todos já desenvolviam tais atividades antes da existência do CITUR. No caso das vinícolas, a produção de vinhos é uma tradição das famílias de imigrantes italianos, sendo um aspecto de horizontalidade, que também representa uma ruralidade local e uma rugosidade.

Os empreendimentos de agricultores familiares poderiam ter elementos de contraracionalidades, pois são formas artesanais e não-convencionais de produção e consumo, que contribuem para uma relativa autonomia dos agricultores. Esses agricultores familiares não praticam, porém, uma agricultura eminentemente de subsistência, e possuem diversas relações capitalistas, direcionadas à aquisição de insumos, comercialização dos produtos agropecuários, consumo familiar, bem como à organização da propriedade para recepção e atendimento dos visitantes. Por sua vez, as relações capitalistas também disseminam verticalidades, por meio da racionalidade mercantil/econômica dos atores hegemônicos, que pregam a competitividade, a individualidade e a rigidez.

Com a institucionalização do CITUR, surgem novos atores no território, que passam a estabelecer relações com os agricultores familiares e outros atores já

instalados. Além do predomínio da lógica mercantil, muitos destes novos atores estão vinculados ao *trade* turístico (empresários do setor, planejadores, consultores, operadoras, agências, guias, turistas). A maior parte destes são disseminadores de verticalidades e agem a partir de diretrizes formuladas pelos agentes hegemônicos globais. Esses novos atores e suas ações – pautadas na busca de crescimento econômico ilimitado, profissionalização e competitividade – são verticais, e podem alterar a percepção e os próprios objetivos dos agricultores em relação ao seu empreendimento e seu modo de vida.

Outros empreendimentos, como restaurantes, hotéis, pousadas, estabelecimentos comerciais também já existiam antes da formação do CITUR, fazendo parte das horizontalidades do lugar. Todavia, além de serem gerenciados dentro da lógica do mercado, alguns destes são de propriedade de atores exógenos. Nesses empreendimentos há grande influência das verticalidades e, geralmente, predomina o que Santos (1996) chama de coesão horizontal a serviço do mercado.

O inventário da oferta turística do município de Colombo (2003) aponta que a idéia de criação do *Circuito Italiano de Turismo Rural* iniciou-se a partir

[...] da discussão de trabalhar uma proposta de desenvolvimento rural compatível com a região, onde a preservação e conservação dos recursos naturais fosse prioridade, pois o município está em área de mananciais, e ao mesmo tempo esta proposta fosse geradora de emprego e renda nas propriedades e comunidades agrícolas, aumentando a auto-estima do agricultor e dos munícipes, garantindo qualidade de vida. (INVENTÁRIO DA OFERTA TURÍSTICA DE COLOMBO, 2003, p. 63).

A retórica da prefeitura municipal indica que a proposta de desenvolvimento do turismo rural se constitui em uma ação horizontal (horizontalidade), pois tem como objetivos a conservação ambiental e a geração de emprego e renda nas propriedades agrícolas envolvidas. Na visão do poder público municipal, essa geração de emprego e renda levaria ao desenvolvimento rural e garantiria a qualidade de vida da população rural. Analisando a fragilidade ambiental do município de Colombo, unida à necessidade de novas alternativas de sobrevivência no campo para os agricultores, e ao próprio potencial turístico já existente (propriedades rurais que comercializam produtos *in natura* e processados, construções históricas, restaurantes e a gruta de Bacaetava), o turismo rural parece surgir como uma opção interessante para Colombo.

Conforme afirma o então técnico da EMATER, Ednei Nascimento, e a então técnica da COMEC, Isabelle Beltrão, o CITUR tem por objetivo estabelecer uma política de desenvolvimento econômico com a preservação dos espaços rurais, profissionalizando os pequenos proprietários agrícolas e gerando empregos e renda para o município. (NASCIMENTO; BELTRÃO, 2002).

Entendendo que a realização do evento CITUR se dá no lugar e se apresenta como horizontalidade, percebemos aqui mais uma influência de verticalidades no espaço

banal. A ênfase desses dois atores externos no desenvolvimento econômico municipal indica o objetivo de expansão do capitalismo em Colombo. A idéia de preservação do rural conduz a outra verticalidade, que diz respeito à idealização do espaço rural e à sua transformação em mercadoria através do seu uso turístico. A propaganda revalorização do rural também é fruto do interesse da sociedade por consumir elementos materiais e simbólicos do meio rural, onde a mídia tem um papel de suma importância na criação e no direcionamento dos desejos dos consumidores. Além disso, questionamos se o turismo não modifica ao invés de preservar o espaço rural, pois traz consigo uma nova dinâmica econômica, e, portanto, novas relações socioespaciais/territoriais.

A idéia de profissionalização dos pequenos agricultores pode ser vista como outra verticalidade, pois o empreendedorismo e a competitividade são exigências propagadas pela racionalidade hegemônica para qualquer profissional ou empresa. Aqui nos remetemos novamente aos conceitos de coesão horizontal a serviço do mercado e coesão horizontal a serviço da sociedade, apresentados por Santos (2000). A profissionalização/capacitação dos pequenos agricultores seria uma horizontalidade que poderia contribuir para maior autonomia deste e para melhoria de sua qualidade de vida, levando a uma coesão horizontal a serviço da sociedade. A forma como os organismos empresariais (SEBRAE, Associações Comerciais, entre outras) trabalham a concepção de profissionalização se adequa, no entanto, muito mais aos interesses do capitalismo global do que aos interesses e anseios dos agricultores, sobretudo os familiares, pois objetiva o crescimento econômico, e tende a levar o agricultor a depender das relações com o mercado, e não a fortalecer sua autonomia política e econômica. Assim, essa profissionalização se apresenta como uma coesão horizontal a serviço do mercado.

Outro aspecto a enfatizar na citação de Nascimento e Beltrão (2002) diz respeito ao público-alvo dessa política pública, que são os pequenos proprietários agrícolas. Nitsche (2000) também destaca o CITUR como algo benéfico para as pequenas propriedades, e a prefeitura de Colombo vê os pequenos agricultores como os maiores beneficiários do CITUR.

Essa ênfase aos agricultores familiares/tradicionais como maiores beneficiários do CITUR demonstra que a proposta do turismo nas propriedades poderia ser vista como uma contra-racionalidade, e como uma horizontalidade a serviço da sociedade. Apesar de essa retórica (de benefícios para a população local) ser amplamente utilizada, as verticalidades têm forte influência na forma de gestão do CITUR, sobretudo nas intencionalidades do setor empresarial frente ao turismo. Como existem apenas 8 empreendimentos de agricultores familiares entre os 30 existentes, não são somente suas intencionalidades que irão prevalecer sobre outras intencionalidades.

Com base em documento da Secretaria de Agricultura, Abastecimento, Meio Ambiente e Turismo de Colombo, Lannes (2003, p.111) afirma que o CITUR tem por objetivo:

[...] a preservação do meio ambiente, e geração de empregos e renda no meio rural, iniciando assim um processo de desenvolvimento através de ações de comercialização de bens e serviços na pequena propriedade, evitando o êxodo rural, a agregação de renda ao agricultor, o resgate e preservação das tradições culturais, arquitetônicas e gastronômicas dos imigrantes italianos.

O objetivo do documento da prefeitura é mais amplo que o apresentado por Nascimento e Beltrão (2002), pois, além do desenvolvimento econômico por meio da geração de emprego e renda e da comercialização de bens e serviços na propriedade, faz ressalva à questão ambiental e sociocultural, incorporando valores básicos do desenvolvimento sustentável institucionalizado pela ONU. A adoção da retórica da sustentabilidade no lugar, mesmo apresentando-se como horizontalidade, atende, contudo, finalisticamente aos interesses verticais, pois o desenvolvimento sustentável oficial, além de não questionar o crescimento econômico, incorpora-o em sua retórica. Outro aspecto a destacar nesse objetivo diz respeito à ênfase nas pequenas propriedades rurais, geralmente de agricultura familiar, como beneficiárias do turismo. O discurso dos benefícios do turismo para a população local também atinge as horizontalidades, porém é preciso verificar empiricamente quais são esses benefícios e quem são os reais beneficiados. As informações até então coletadas e apresentadas indicam que os maiores beneficiários do CITUR não vêm sendo os agricultores familiares.

Podemos afirmar que a idéia de criar um Anel de Turismo na RMC impulsionou a implantação do CITUR, mas foi a partir da constatação de uma oferta já existente no município de Colombo que o Anel de Turismo da RMC passa a se materializar no espaço através do CITUR. Assim, coube ao Estado (sobretudo à EMATER e à Prefeitura Municipal de Colombo) organizar um produto turístico único (CITUR) que aglutinasse e promovesse tais empreendimentos. Não obstante, o Estado, por meio de seus órgãos e empresas, se apresenta como o principal idealizador da proposta, direcionando recursos e políticas para a expansão do turismo em Colombo, e outros municípios da RMC.

Apesar do direcionamento do Estado, é preciso levar em consideração as intencionalidades das instituições e atores envolvidos, bem como o papel dos indivíduos responsáveis pela elaboração dos projetos, pois, mesmo atuando segundo as diretrizes dos órgãos públicos, estes são atores executivos importantes, pois suas intencionalidades coletivas e individuais influenciam as ações em torno do CITUR.

As firmas, sejam públicas ou privadas, possuem suas intencionalidades. Mesmo atuando de forma horizontal e incluindo em sua retórica a busca de benefícios para a coletividade (sobretudo as instituições públicas), geralmente as firmas estão vinculadas às verticalidades propagadas pelos atores hegemônicos do capitalismo global. Assim, é

preciso considerar as intencionalidades de cada indivíduo empregado nessas firmas, pois estas são heterogêneas, de modo que podemos encontrar indivíduos agindo conscientemente para fortalecer as horizontalidades do lugar¹⁹⁵.

No que tange ao CITUR e aos objetivos presentes em sua gênese, procuramos identificar as intencionalidades das instituições e firmas envolvidas, bem como de alguns indivíduos com forte participação nesse processo.

Dadas as informações de Ângela Mottin e os objetivos do CITUR apontados pela prefeitura e por Nascimento e Beltrão (2002), percebemos que, apesar da retórica de melhoria das condições de vida dos pequenos agricultores e da sustentabilidade, a maior intencionalidade da prefeitura na implantação do CITUR reside em viabilizar atividades econômicas que sejam permitidas nas áreas de preservação ambiental (mananciais hídricos), e que aumentem a receita do município. Como os usos de algumas partes do município são restritos, o turismo pode ser uma atividade lucrativa para Colombo, pois gera menos impactos ambientais que as indústrias, as atividades mineradoras e as práticas agrícolas convencionais.

A atuação da funcionária Ângela Mottin, indica, todavia, uma forte preocupação com o resgate da cultura italiana e com a qualidade de vida dos agricultores familiares envolvidos no CITUR. Ângela sempre acompanhou os empreendimentos, dando atenção especial aos pequenos agricultores, pois sabia das peculiaridades destes e das maiores dificuldades em se adaptar ao atendimento dos visitantes. Além do curso de italiano dado aos empreendedores interessados, Ângela procurou valorizar elementos da cultura dos imigrantes, e, sendo filha de imigrantes e nascida em Colombo, atuou objetivando contribuir para as horizontalidades do lugar, ou seja, para o fortalecimento do espaço banal. A funcionária também organizou dados de demanda, identificou os maiores problemas do CITUR, e procurou capacitar os empreendedores. Como pode ser observado na avaliação dos empreendedores sobre o CITUR, Ângela foi várias vezes citada como a pessoa mais atuante e preocupada com o desenvolvimento do Circuito.

Com a mudança na gestão do município e do CITUR, Antônio Miglioransa e Ângela Mottin são substituídos por Micheli Mocelin e Denise Guimarães. Por conseguinte, muda a atuação da prefeitura com o CITUR, pois Micheli adota uma visão empresarial mais aguçada, deixando de acompanhar o dia-a-dia dos empreendedores e de identificar seus problemas e anseios. Essa transição e a falta de atenção com os empreendedores, sobretudo a partir da saída de Ângela, levam a uma perda de credibilidade dos empreendedores em relação à equipe da prefeitura.

¹⁹⁵ Ao contrário da atual equipe responsável pelo turismo e pelo CITUR em Colombo, a funcionária Ângela Mottin apresentava claramente uma preocupação com o fortalecimento das horizontalidades, através do incentivo ao resgate da cultura italiana, e do acompanhamento *in loco* da realidade dos agricultores familiares envolvidos no CITUR.

Fica claro que as intencionalidades de Micheli e Denise são estritamente políticas e econômicas, enquanto Ângela tinha outras preocupações, como o resgate e valorização cultural, a melhoria de qualidade de vida dos agricultores, a melhoria da imagem do município, e a ampliação da oferta de lazer e turismo em Colombo. Já Antônio também tinha uma atuação mais política e agia de forma similar à Micheli.

Outra instituição fundamental para a existência do CITUR foi a EMATER, que tradicionalmente atua com a extensão rural, e, hoje, percebe o turismo como alternativa de emprego e renda para os agricultores, de modo que vem incentivando a atividade em todo Paraná. Em sua missão¹⁹⁶, a EMATER incorpora o conceito de desenvolvimento rural sustentável, enfatizando a cidadania e a qualidade de vida no campo.

Apesar de a EMATER ter como foco central a melhoria da qualidade de vida dos agricultores familiares e a valorização da agricultura familiar, o direcionamento das ações referentes ao turismo rural vem ocorrendo no sentido de transformar o agricultor familiar em um empreendedor do turismo. Mesmo não sendo objetivo da Emater, essa transformação acaba se dando em virtude da pressão de outras entidades – sobretudo as ligadas ao *trade* turístico – por profissionalização e enquadramento dos agricultores dentro de uma lógica eminentemente capitalista.

No plano local, a atuação dos técnicos da EMATER Elizabeth Paupério e Antônio Nunes foi importante para o acompanhamento direto nas unidades de produção e vida familiares envolvidas com o CITUR, e para o atendimento das necessidades destes em relação à assistência técnica e extensão rural. A saída desses técnicos de Colombo teve impactos negativos na gestão do CITUR, sobretudo das UPVFs, e hoje, mesmo com a entrada de novos funcionários para acompanhar estabelecimentos rurais ligados ao CITUR, a EMATER local não tem a mesma importância que tinha no início do Circuito.

Vale ressaltar que, no caso do CITUR, o sr. Nascimento, técnico da EMATER da regional de Curitiba e um dos idealizadores do CITUR e do Anel de Turismo da RMC, também possui uma propriedade rural que está inserida no CITUR, sendo assim, um empreendedor do turismo. Junto com ele outro ex-funcionário da EMATER, o sr. Bianchini, também é proprietário do mesmo empreendimento. Outro aspecto a constatar é que ambos tornaram-se importantes atores na disseminação do turismo rural na agricultura familiar em todo o Brasil, seja atuando na rede TRAF (Turismo Rural na Agricultura Familiar), seja como representantes do governo federal que lideraram a criação da PNTRAF.

A COMEC tem seu foco na gestão da RMC, e objetiva realizar ações de abrangência regional, que integrem seus municípios, minimizem os impactos socioambientais regionais, e que orientem, mas também promovam o crescimento

¹⁹⁶ "Contribuir, de forma educativa e participativa, para o desenvolvimento da agricultura, para o desenvolvimento rural sustentável e para a promoção da cidadania e da qualidade de vida da população rural." (www.emater.pr.gov.br).

econômico, no entanto, como coloca Corona (2006), as preocupações da COMEC estão centradas no espaço urbano.

As intencionalidades da COMEC estão ligadas a formas de uso do território da RMC, que induzam o crescimento econômico, mas também contribuam para a preservação dos recursos naturais da região, sobretudo os mananciais de abastecimento hídrico. Tendo no turismo uma dessas formas de uso, a COMEC teve importante atuação no planejamento e na materialização do CITUR e do Anel de Turismo da RMC. A funcionária Isabelle Beltrão foi a pessoa mais atuante da COMEC na gênese do CITUR, atuando em parceria com Ednei Nascimento da EMATER.

Já a Paraná Turismo e a ECOPARANÁ, órgãos vinculados à Secretaria do Estado do Turismo (SETU), atuam na lógica do *trade* turístico, incorporando o discurso da sustentabilidade do turismo, mas primando pela expansão do turismo no Estado, conforme a receita da OMT e os interesses dos atores hegemônicos.

Na retórica do atual governo estadual, “a SETU e suas vinculadas têm como grande desafio desenvolver o turismo de forma sustentável, ou seja, de forma a gerar benefícios sociais, econômicos, culturais, políticos e ambientais nos núcleos em que se desenvolve”. (www.pr.gov.br/turismo).

A Paraná Turismo tem como objetivos o planejamento e a execução da Política Estadual de Turismo e a implantação de programas e projetos de incentivo, de desenvolvimento e de fomento ao turismo, executando ações que buscam promover o turismo no Estado do Paraná. (www.pr.gov.br/turismo/prtur).

A ECOPARANÁ tem por objetivo pensar o turismo de uma forma integrada e estratégica, como alternativa econômica sustentável e consistente que, adequadamente implantada, constitui-se numa importante aliada da preservação da cultura e do meio ambiente. Além do apoio ao CITUR, desenvolve o projeto de Recuperação e Preservação da Cultura Italiana no Município de Colombo, que consiste na restauração e realocação de uma casa antiga, e na construção de uma réplica da Escola Società Italiana Cristòforo Colombo, que foi a primeira escola construída pelos imigrantes. (www.ecoparana.pr.gov.br).

De forma geral, a Paraná Turismo e a ECOPARANÁ e, por conseguinte, o governo do estado do Paraná, objetivam o crescimento e o desenvolvimento do turismo, pois entendem a atividade como um negócio lucrativo. Ambas não apresentam maiores questionamentos quanto à dependência e ao vínculo do turismo aos ditames do capitalismo globalizado.

Apesar de se manifestar como horizontalidade na RMC, através da tentativa de diversificar e dinamizar a economia regional com o turismo, as ações da EMATER e da COMEC, em parceria com a ECOPARANÁ e a Paraná Turismo, parecem seguir a *receita* global de expansão territorial do turismo por meio de sua segmentação (turismo rural,

ecoturismo, turismo histórico-cultural, etc.) e de investimentos públicos e privados no turismo doméstico/local. Com a incorporação da retórica da sustentabilidade, mas tendo como objetivo implícito ampliar a territorialização do capitalismo dentro do regime de acumulação flexível, essa *receita*, disseminada pela Organização Mundial do Turismo (OMT) e outras firmas e instituições, constitui uma verticalidade, que interessa às micro e às pequenas empresas locais, mas, sobretudo, aos agentes hegemônicos do capital, pois a expansão territorial do turismo, seja ele internacional ou doméstico, é crucial para a afirmação e fortalecimento do capitalismo.

Ainda no contexto do Estado do Paraná, Silveira (2002a) aponta como grandes objetivos da política paranaense de turismo a melhoria da capacidade do Estado na atração e na recepção dos fluxos de turistas nacionais e internacionais; o aumento do volume do turismo interno; e a ampliação da participação do setor turístico na expansão da economia, de modo que a política de turismo no Paraná busca, sobretudo, a inserção do Estado na globalização. Por conseguinte, tais objetivos se encontram vinculados às verticalidades, pois estão relacionados à competitividade e ao consumismo, disseminados como ideologia global, e considerados por Santos (2000), as fontes de novos totalitarismos¹⁹⁷.

Não obstante, o Estado do Paraná segue as diretrizes e normas de desenvolvimento do turismo propagadas pelo governo federal, que, a partir da década de 1990, passa a incentivar a descentralização do turismo e o estabelecimento de parcerias entre o setor público e o privado. Por meio do Plano Nacional de Municipalização do Turismo, da década de 1990, e, mais recentemente, do Plano Nacional de Regionalização do Turismo, o governo federal vem direcionando as ações no setor turístico brasileiro. Sabendo que os Estados nacionais encontram-se subordinados aos interesses verticais/globais das firmas transnacionais e de instituições supranacionais como a OMT e o Banco Mundial, as próprias políticas públicas de turismo, seja a nível federal, estadual ou municipal, clamam pelo crescimento econômico do turismo¹⁹⁸, apesar da retórica da sustentabilidade e da qualidade de vida. Assim, tais políticas públicas são condutoras de verticalidades nos lugares.

O turismo rural na agricultura familiar vem sendo considerado uma opção complementar de emprego e renda para os agricultores familiares em vários países, de modo que o turismo é cada vez mais associado ao desenvolvimento, sobretudo ao desenvolvimento sustentável. Percebendo o potencial da agricultura familiar para o

¹⁹⁷ Consumismo e competitividade levam ao emagrecimento moral e intelectual da pessoa, à redução da personalidade e da visão do mundo, convidando, também, a esquecer a oposição fundamental entre a figura do consumidor e a figura do cidadão. (SANTOS, 2000, p. 49).

¹⁹⁸ Cazes (1989 apud Silveira, 2002b) coloca que existe um Sistema Turístico Internacional, composto pelas empresas de transportes (aéreo, ferroviário e rodoviário), as cadeias de hotéis, os clubes de férias, os operadores e agentes de viagens, e os organismos multilaterais de financiamento como o Banco Mundial, que controlam a demanda e os serviços turísticos, os países emissores e receptores, bem como as políticas nacionais e regionais de turismo.

turismo rural, bem como a necessidade de novas atividades para a agricultura familiar, o governo federal lançou, em 2004, o Programa Nacional de Turismo Rural na Agricultura Familiar (PNTRAF).

Apesar de se manifestar como horizontalidade nos lugares, os projetos do PNTRAF demonstram a ênfase do governo federal no turismo rural como opção para a agricultura familiar, fato que, por sua vez, provém de organismos internacionais como a FAO, vinculada à ONU, e interessa aos atores do capitalismo global, pois amplia as relações capitalistas dos agricultores familiares, considerados por muitos cientistas sociais, como aqueles com condições de ter uma relativa autonomia frente o mercado. O PNTRAF é, portanto, influenciado por verticalidades e, apesar de conter elementos de contraracionalidade na retórica, contribui de certa forma para a reafirmação da racionalidade hegemônica. O Ministério do Desenvolvimento Agrário, órgão responsável pelo PNTRAF, pode até ter como intencionalidade disponibilizar uma nova opção de emprego e renda para os agricultores familiares. Questionamos, porém, se essa atividade não passa de mais uma forma de dependência e de subordinação da agricultura familiar ao capital, ao invés de fortalecer a agricultura familiar.

Seguindo as diretrizes do governo federal, diversos Estados brasileiros vêm criando políticas públicas e projetos de desenvolvimento do turismo rural na agricultura familiar, por meio de circuitos, rotas, roteiros, etc. O Paraná se destaca nesse contexto, pois, além de conceber diversos projetos turísticos, sobretudo na Região Metropolitana de Curitiba, tem no *Circuito Italiano de Turismo Rural* de Colombo, um projeto considerado piloto, que passa a ser referência nacional de turismo rural na agricultura familiar¹⁹⁹. Cabe ressaltar que o próprio CITUR é anterior à criação do PNTRAF, sendo uma das experiências consideradas de sucesso, que justificaram a expansão do incentivo ao turismo rural na agricultura familiar através do PNTRAF.

A complexidade econômica do turismo, envolvendo múltiplos setores da economia, certamente favorece a acumulação de riqueza por parte dos macroatores (firmas transnacionais), e de outros atores econômicos. Os empréstimos destinados ao desenvolvimento do turismo em diversos países, por parte das instituições financeiras globais, como o Banco Mundial, também se apresentam como verticalidades.

Por fim, a disseminação da idéia do turismo como alternativa de emprego, renda, e como atividade sustentável, pois traria benefícios ambientais, socioculturais e econômicos, é outra verticalidade, apoiada no discurso, pela Organização das Nações Unidas (ONU) e pela OMT. Vale ressaltar que, apesar da retórica de sustentabilidade

¹⁹⁹ O CITUR vem recebendo visitas técnicas provenientes de vários municípios brasileiros, sobretudo nos primeiros anos de sua existência. Organizadas por extensionistas rurais, tais visitas são direcionadas à agricultores e outros empreendedores que já recebem turistas ou que estão se preparando para o atendimento aos visitantes.

adotada por tais instituições, as intencionalidades destas também se encontram vinculadas à racionalidade hegemônica e à expansão territorial do capitalismo.

Considerando o debate sobre a influência de verticalidades e horizontalidades na produção do espaço geográfico, e aplicando tais conceitos na realidade empírica da pesquisa, entendemos que, antes da criação do CITUR, predominavam as horizontalidades na produção do território turístico local, pois os empreendedores locais eram os principais protagonistas do desenvolvimento do turismo em Colombo, e a influência de normas e ações exógenas, sejam elas globais, nacionais ou regionais, não era tão intensa. A partir da implantação do CITUR em 1999, novos atores públicos e privados, passam a realizar ações importantes, fazendo com que se amplie a influência de normas e ações verticais nas horizontalidades, ou seja, no lugar. Assim, diversas ações provenientes dos atores vinculados ao *trade* turístico e/ou à lógica de expansão do turismo, conduzem à introdução de verticalidades nos lugares.

Conforme verificamos no desenvolvimento do CITUR, alguns cursos de capacitação foram oferecidos aos empreendedores. A EMATER e a UFPR ofereceram cursos ligados à organização da produção e da UPVF para o turismo rural. O SEBRAE, além de consultorias nos empreendimentos do CITUR, também ministrou cursos sobre empreendedorismo. A ação da UFPR, da EMATER local e do SEBRAE (Serviço de Apoio à Pequena e Micro Empresa) vêm se instalar nas horizontalidades/no lugar, porém chamamos a atenção para o SEBRAE, que, além de atuar em diversos projetos turísticos em todo o Brasil, trabalha na lógica do mercado, priorizando os resultados econômicos frente aos sociais e aos ambientais. Assim, o SEBRAE se apresenta como outro ator disseminador de verticalidades, pois, apesar da retórica da sustentabilidade e da ênfase nas pequenas e microempresas, prima pela competitividade, pela padronização da gestão das empresas e pelo crescimento econômico constante.

A visão mercadológica do SEBRAE e o incentivo para que os agricultores envolvidos com o turismo tenham uma visão empresarial e formalizem a abertura de uma empresa, são indicadores das verticalidades implícitas nas intencionalidades do SEBRAE. Isso pode até comprometer a própria condição de agricultor familiar daqueles agricultores envolvidos com o turismo, pois, se o mesmo se tornar um empresário, este poderá deixar de ser oficialmente considerado um agricultor familiar. Acontecendo isso, o turismo deixaria de ser uma atividade voltada a fortalecer a agricultura familiar, para se tornar uma atividade estranha à agricultura familiar, que, além de modificar as ações e estratégias das famílias rurais envolvidas, pode até enfraquecer e comprometer a condição destas como representantes da agricultura familiar.

Em relação aos empreendedores, verificamos que todos entraram no CITUR com o objetivo direto ou indireto de aumentar sua renda, fato que indica o predomínio de intencionalidades econômicas entre os empreendedores. Aqueles que administram o

empreendimento a partir de uma lógica eminentemente mercantil, como os restaurantes, pousadas, hotéis, e estabelecimentos comerciais, são, contudo, os maiores vetores de verticalidades no lugar. Com a incorporação ou intensificação dessa racionalidade econômica, os agricultores familiares têm suas intencionalidades afetadas pela racionalidade economicista/mercantil vertical.

A maior parte dos agricultores familiares envolvidos já tinha relações com os mercados, seja nas atividades agrícolas ou mesmo na comercialização dos produtos, porém sua inserção no CITUR intensificou suas relações capitalistas.

A idéia de abrir a propriedade para a comercialização de seus produtos se constitui em uma horizontalidade, proveniente da ação dos agricultores familiares objetivando melhorias na renda e na qualidade de vida da família, porém o caso do Anel de Turismo da RMC e do CITUR demonstra que, ao tentar organizar a oferta e criar um produto turístico, o Estado, por meio de seus órgãos, investe em projetos de turismo que continuam sendo concebidos e implantados *de cima para baixo*, ou seja, por técnicos do poder público e por empresários da iniciativa privada, e que acabam afetando as horizontalidades e as intencionalidades dos próprios agricultores familiares.

Concluindo, podemos afirmar que essa análise da gênese e da implantação do CITUR demonstra que as horizontalidades são extremamente influenciadas pelas verticalidades, apesar de não serem totalmente determinadas por estas. A criação do CITUR se apresenta como um evento horizontal, e parte de horizontalidades pré-existent, traduzidas nas ações daqueles que organizaram e abriram sua propriedade para visitação e comercializa o. Todavia, a implanta o do CITUR por parte do Estado, apesar de se manifestar localmente como horizontalidade, se mostra profundamente influenciada por normas e a o es verticais.

Por conseguinte, a implanta o e a institucionaliza o do CITUR, através da aço do Estado, desencadeiam um choque entre as horizontalidades dos agricultores familiares, manifestadas em ruralidades como o modo de vida e suas atividades agrícolas e paraagrícolas cotidianas; com as verticalidades globais, trazidas à tona por agentes públicos (prefeituras, órgãos estaduais e federais) e privados (diversas empresas ligadas ao *trade* turístico, SEBRAE, etc.), geralmente provenientes do meio urbano, e manifestadas no planejamento e organiza o do “produto turístico” CITUR.

O predomínio da lógica do mercado sob influência das verticalidades transforma o espaço, o lugar, e, conseqüentemente, as próprias horizontalidades dos atores locais, tornando-os mais aptos   aceita o da racionalidade hegemônica do que ao surgimento de contra-racionalidades. Essas horizontalidades dos atores endógenos ao lugar têm fortes vínculos com ruralidades, enquanto nas a o es verticais no lugar predominam as urbanidades.

7. Ruralidades e Urbanidades no CITUR

As ruralidades do CITUR se encontram em diversas paisagens dos bairros “rurais” do município; na significativa existência de agricultores tradicionais (colonos), Unidades de Produção e Vida Familiares e produtos agrícolas; nas rugosidades e tradições da época da imigração italiana; e no modo de vida dos agricultores familiares e das comunidades tradicionais de Colombo. Essas ruralidades presentes nas pessoas e nos objetos locais, principalmente nos agricultores familiares, coexistem com urbanidades que chegam aos indivíduos como ideologia (psicosfera), e que vão se instalando nos lugares por meio de ações e objetos (tecnosfera).

Por outro lado, as urbanidades nos empreendimentos do CITUR estão em diversos objetos e ações trazidos pelos empreendedores de Curitiba e outros lugares, e por objetos e ações incorporados pelos empreendedores colombenses. Entre eles, temos a TV a cabo, internet, condomínios residenciais, entre outros. Além disso, nas margens da Rodovia da Uva predominam os objetos técnicos e uma paisagem urbana sobre algumas rugosidades características das ruralidades.

No que tange aos atores exógenos ao lugar (geralmente de origem urbana), acreditamos que suas *territorialidades rurais* (ruralidades) podem ser residuais (lembranças de um passado rural), mas geralmente são incipientes, e sofrem forte influência da mídia, que recentemente passa a vender o rural como bucólico, natural e tranquilo. Assim, diversas ruralidades tendem a ser apropriadas pelo *trade*, por neo-rurais, e por empresários do CITUR, e incorporadas no imaginário dos turistas. Mesmo resgatando algumas territorialidades tradicionais (ruralidades), estas são utilizadas como mercadorias, e acabam sendo modificadas para atender aos interesses dos turistas.

Já as *territorialidades urbanas* (urbanidades) dos empreendedores do CITUR que não são de Colombo ou que residem em cidades fazem parte do cotidiano desses atores. Mesmo no caso dos neo-rurais, que buscam o campo como espaço de descanso/residência, também predominam urbanidades em seu modo de vida e na organização e gestão da propriedade/empreendimento.

Com base no quadro de síntese dos empreendimentos (p. 293-297), selecionamos alguns dados para serem comentados e relacionados com o debate sobre ruralidades e urbanidades. O Gráfico 4 indica a procedência dos empreendedores do CITUR.

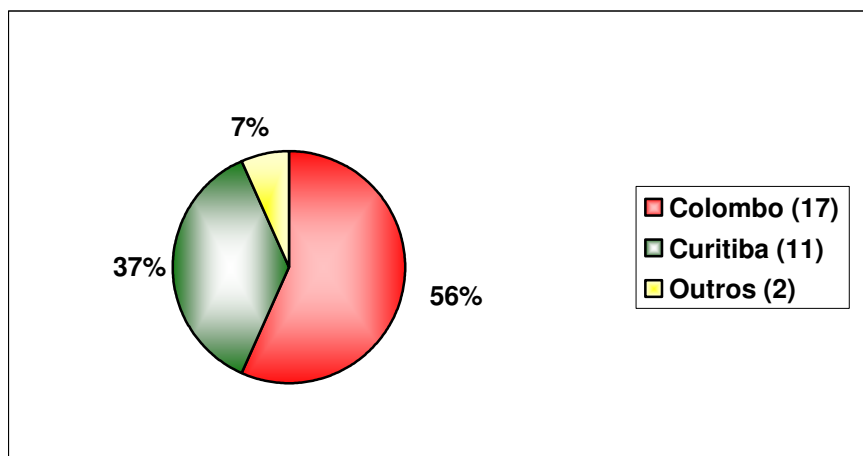


Gráfico 4 - Município de procedência dos empreendedores do CITUR

Fonte: Pesquisas de campo (2003-2007).
Org. CANDIOTTO, L. Z. P. (2007)

Dos 30 empreendedores entrevistados, predominam os nascidos em Colombo, porém a quantidade de curitibanos é significativa, indicando um interesse de pessoas da capital no negócio do Turismo Rural. De forma geral, os empreendimentos mais elitizados, como hotéis e restaurantes, são de propriedade de pessoas de fora de Colombo, enquanto os empreendimentos mais simples e com maiores ruralidades (vinícolas, propriedades rurais e agrícolas) pertencem a pessoas nascidas e criadas em Colombo.

Também questionamos sobre a residência dos empreendedores, com o objetivo de observar aqueles que vivem na propriedade rural, e outras situações. O Gráfico 5 a seguir apresenta as respostas.

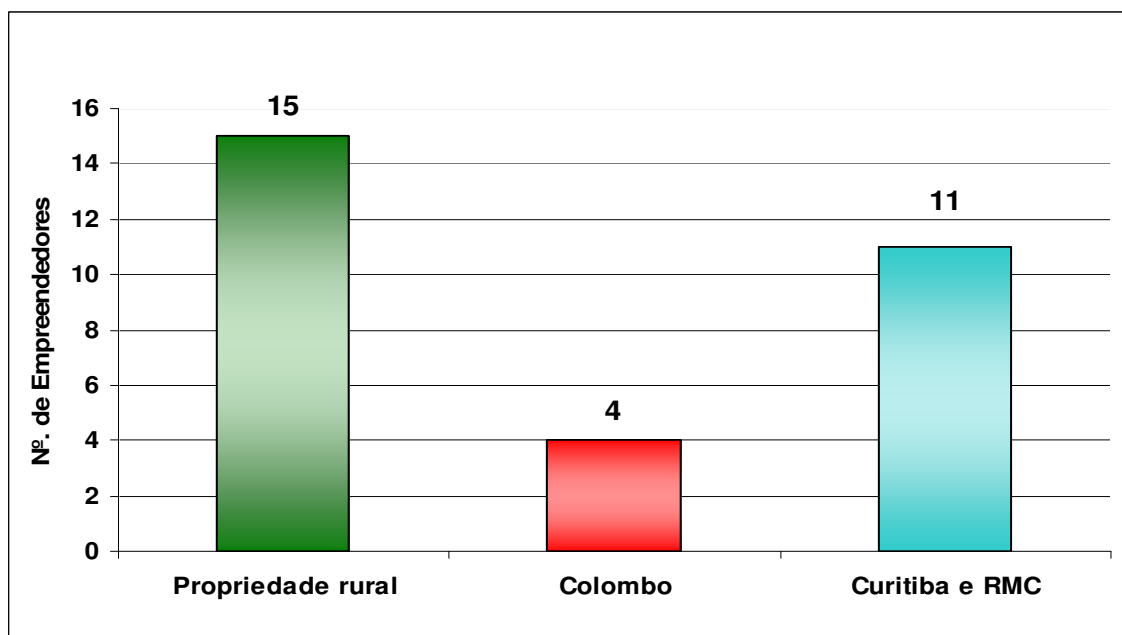


Gráfico 5 - Município de residência dos empreendedores do CITUR

Fonte: pesquisas de campo (2003-2007).
Org. CANDIOTTO, L. Z. P. (2007)

Os dados demonstram que 19 empreendedores residem em Colombo, sendo 14 no próprio empreendimento rural, 1 em propriedade rural próxima, e 4 em bairros urbanos de Colombo. Dos 13 empreendedores provenientes de fora de Colombo, apenas 2 residem atualmente em Colombo. Os 11 demais continuam residindo na RMC, deslocando-se diariamente para Colombo ou administrando o empreendimento na capital. Desses 11, 10 são de Curitiba e apenas um de São José dos Pinhais. Entre esses empreendedores externos, predominam as urbanidades.

Nesse universo dos empreendedores do CITUR, existem diversos casos, como de pessoas nascidas em Colombo, que, mesmo residindo em Curitiba, resolveram investir no município, pessoas de Curitiba que foram morar em Colombo e decidiram montar o empreendimento, e pessoas que nasceram, se criaram e continuam residindo na propriedade rural, onde montaram o empreendimento. Esses últimos são aqueles com maiores ruralidades.

A maior parte dos entrevistados entrou no CITUR logo no início (1999), em virtude do trabalho de identificação dos potenciais, e do convite da equipe de turismo da prefeitura. Os que se inseriram posteriormente preferiram esperar a implantação do Circuito, para se encorajar a participar e nele investir, ou montaram o empreendimento após a existência do CITUR²⁰⁰. O Gráfico 6 apresenta os dados.

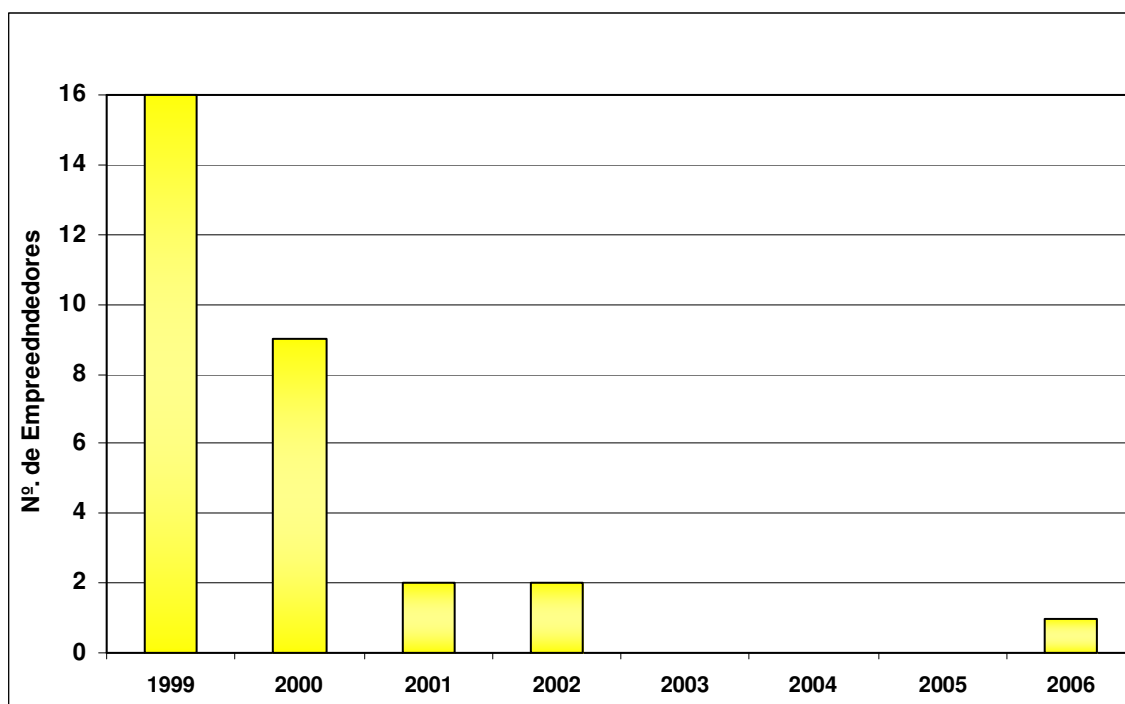


Gráfico 6 - Ano de entrada dos empreendedores no CITUR

Fonte: pesquisas de campo (2003-2007).
Org. CANDIOTTO, L. Z. P. (2007)

²⁰⁰ Em relação aos empreendimentos que já faziam parte do CITUR e foram vendidos, temos o Mundo Mel Espaço Rural, assumido em 2004 pelo atual proprietário; e o Restaurante Piato Nobile, assumido em 2003. Ambos estão no CITUR desde 1999.

Cabe ressaltar que a grande maioria dos empreendimentos já existia e/ou já oferecia seus produtos e serviços antes da existência do CITUR. Por isso, a maior parte entrou no Circuito já em 1999. Alguns empreendedores, sobretudo dos hotéis, têm pouca participação nas discussões e decisões do CITUR, pois entendem que o mesmo não influencia no fluxo de hóspedes. Outros, como as vinícolas e propriedades agrícolas, a partir da criação do CITUR e do aumento no fluxo de visitantes, passaram a investir no empreendimento, seja em melhorias na infra-estrutura, aumento da produção ou divulgação.

Os anos de 1999 e 2000 foram os de maior adesão ao CITUR por parte dos empreendedores. Em 2003, 2004 e 2005 nenhum empreendimento foi incluído no CITUR. A partir de 2006, vem havendo interesse por parte de outros empreendedores em entrar no CITUR, e a gestão atual da prefeitura vem incentivando o crescimento do Circuito, apesar de apenas um empreendimento ter sido incluído oficialmente no Circuito. A maioria dos demais empreendimentos com interesse em participar do CITUR são novos e administrados dentro de uma lógica empresarial, porém não foram oficialmente inseridos no CITUR, pois precisam ser aprovados pelo CMT. Apesar de não analisarmos esses novos empreendimentos, não verificamos a existência de empreendimentos de propriedade e/ou administrado por agricultores familiares.

O objetivo básico de cada empreendimento quando da entrada no CITUR, como divulgado, foi buscar aumento da demanda e da renda, fato que indica uma motivação/intencionalidade econômica para a abertura das propriedades à visitação. Contudo, outros elementos como o resgate da cultura, a valorização do rural e a diversificação das fontes de renda foram apontados por alguns entrevistados. Quase todos os empreendedores foram convidados pela prefeitura para participar do CITUR, e o Conselho Municipal de Turismo apenas deu o aval.

As atividades de lazer/turismo são diversificadas, mas destaca-se a visita à propriedades rurais com comercialização de produtos *in natura* e processados; as refeições “típicas” do rural e da cultura italiana; e as chácaras de lazer, com parques infantis, áreas verdes e espaços para esportes. Nas propriedades rurais abertas à visitação para comercialização dos produtos, as ruralidades são mais evidentes, pois os administradores costumam viver da agricultura. Já nas chácaras de lazer e restaurantes predominam as urbanidades dos empreendedores, apesar de existirem ruralidades, porém estas são simuladas ou até criadas para atender aos anseios dos turistas.

A demanda do CITUR é composta, na maior parte dos empreendimentos, por visitantes de Curitiba e Região Metropolitana, vindos em veículos particulares e excursões. A maioria dos empreendimentos, como as chácaras de lazer, vinícolas e propriedades que comercializam produtos rurais, apresenta um fluxo de até 5.000 visitantes/ano, sendo que dois empreendimentos de agricultores familiares não chegam a

receber mil visitantes por ano. Na classe de 5.000 a 10.000 visitantes/ano, estão dois restaurantes e a vinícola Franco-Italiano. Acima de 10.000 visitantes/ano, temos os dois pesque-pagues, com mais de 20.000, e os restaurantes já consolidados do CITUR. Os hotéis não informaram o fluxo de hóspedes, e o único a informar (Quintas de Bocaiúva) disse que recebia cerca de 10.000 visitantes/ano.

Em relação às atividades produtivas, dos 30 empreendedores, apenas 8 não possuem nenhuma forma de atividade agropecuária, contudo, dos 22 que têm alguma forma de cultivo ou criação de animais, 8 possuem hortas e animais como atividades residuais, usadas para autoconsumo dos moradores ou para consumo e observação dos turistas; 2 têm apenas piscicultura; e 2, criação de animais (chinchila e ovelha). Desta forma, apenas 10 empreendedores do CITUR podem ser considerados agricultores.

Na tentativa de diferenciar os tipos de empreendimentos do CITUR, procuramos estabelecer alguma tipologia que achamos pertinente. No Gráfico 7, relacionamos os tipos de empreendimentos envolvidos.

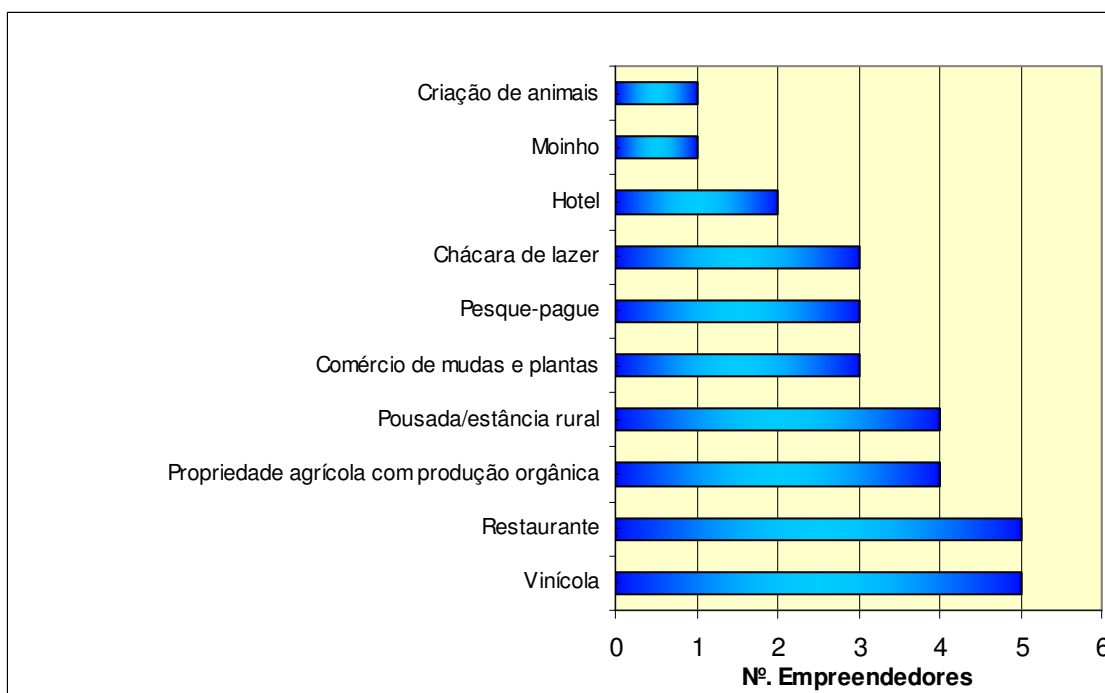


Gráfico 7 - Tipos de empreendimentos do CITUR

Fonte: pesquisas de campo (2003-2007)
Org. CANDIOTTO, L. Z. P. (2007)

Entre os empreendimentos do CITUR, predominam as vinícolas e os restaurantes. Todas as vinícolas se encontram em propriedades agrícolas e são administradas por agricultores familiares e/ou seus filhos, mantendo a maior parte de suas ruralidades. Das quatro propriedades com produção orgânica, duas são de agricultores familiares, e duas de neo-rurais. O proprietário do moinho completa os oito empreendedores que consideramos agricultores familiares, e que foram objetos de uma análise mais detalhada.

Entre os três pesque-pagues, existe um que se encontra desativado, e um que também abriga um colhe-pague. Assim, atualmente no CITUR, existem dois pesque-pagues, com espaços de lazer. Um, é também parque aquático, e, assim como a família proprietária, perdeu muito de suas ruralidades, pois se transformou em um clube. O outro pesque-pague abriga um colhe-pague, campo de futebol, e apresenta ruralidades na paisagem e no modo de vida da família. Todavia, outros empreendimentos do CITUR oferecem pesca em lagos, no sistema “pesque e solte”, além de outros pesque-pague existentes em Colombo, que não fazem parte do CITUR.

Os estabelecimentos de hospedagem e restaurantes também têm destaque, porém enquanto alguns se constituem em atrativos turísticos (pousadas/estâncias rurais, restaurantes rurais), outros são apenas equipamentos. A maioria deles já existia antes do Circuito e não pertence a moradores de Colombo, muito menos a agricultores. São os empreendimentos mais elitizados do CITUR, administrados dentro de uma lógica mercantil, onde predominam urbanidades, e as ruralidades geralmente são encenadas.

Buscando identificar o perfil dos empreendedores do CITUR, elaboramos o Gráfico 8. Sabemos das dificuldades em estabelecer uma tipologia, porém isso se fez necessário para elencar os agricultores familiares do CITUR, e outras situações, como neo-rurais e empresários.

Entre os agricultores familiares, existem diferentes situações, desde aqueles que têm na venda de seus produtos uma renda complementar, até os que já estão especializando sua produção para o atendimento de visitantes/fregueses. Também percebemos diferentes condições socioeconômicas, relações de mercado e formas de pluriatividade entre os agricultores familiares.

Entre os que denominamos empresários, existe um ex-agricultor familiar que transformou sua propriedade em um clube, e três filhos de ex-agricultores de Colombo. Estes ainda possuem algum vínculo com o rural. Os demais têm origem urbana e não são de Colombo, administram o empreendimento com uma racionalidade eminentemente econômica, e, mesmo com ruralidades manifestadas na paisagem e em objetos dos empreendimentos, pensam o rural a partir dos interesses – muitas vezes estereotipados e manipulados – da população urbana.

Três empreendedores denominados neo-rurais também são empresários, pois, apesar de migrarem para Colombo buscando mais tranquilidade e qualidade de vida, têm no empreendimento sua atividade principal. Para os outros três neo-rurais, o empreendimento é uma atividade e fonte de renda secundária/complementar. Mesmo assim, estes também possuem uma visão empresarial aguçada, apesar de priorizar o lugar como espaço de residência. Em todos eles também há um predomínio da lógica mercantil, e de urbanidades em suas intencionalidades e ações, e, conseqüentemente, em seu empreendimento.

Também identificamos três empreendedores que têm como principal atividade e fonte de renda o trabalho assalariado fora do espaço rural. Para estes, o empreendimento também é secundário/complementar, e suas ruralidades estão ligadas ao rural como lugar de vida, e não como lugar de subsistência e modo de vida.

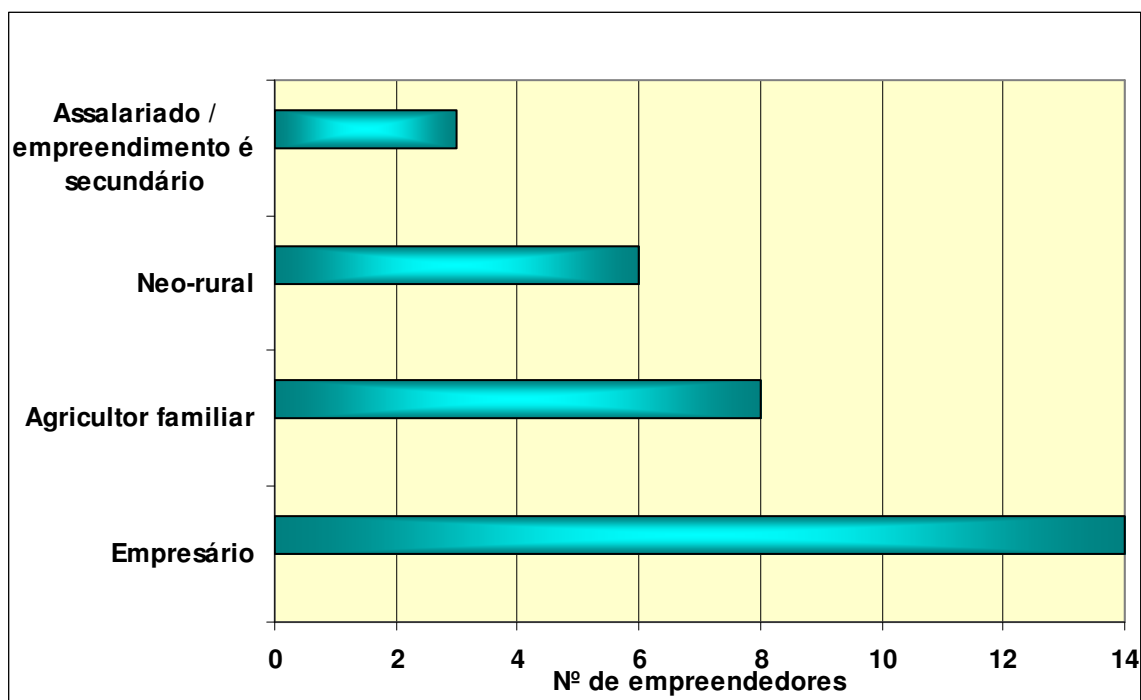


Gráfico 8 - Perfil dos empreendedores do CITUR

Fonte: pesquisas de campo (2003-2007).
Org. CANDIOTTO, L. Z. P. (2007)

O predomínio de empresários no CITUR, empresários que, apesar de valorizarem algumas ruralidades (objetos antigos, animais, culinária rural, áreas verdes) e características da cultura italiana, agem a partir de uma visão urbana e estereotipada do rural, indica que, no Circuito, a maior parte dos empreendedores não possui ou vem perdendo sua identidade com o modo de vida rural, sobretudo com a agricultura.

Assim, gera-se uma contradição entre a retórica de retorno ao rural e de valorização cultural, com a prática, onde predominam os interesses e a concepção de desenvolvimento dos empreendedores empresários. Apesar de 26,67% dos empreendedores do CITUR serem agricultores familiares, a maior parte da demanda e dos lucros se direciona aos empreendimentos administrados por não-agricultores. Isso indica uma apropriação de diversas ruralidades por parte dos promotores do CITUR, ruralidades que, ao serem reproduzidas por empresários urbanos, são estereotipadas e encenadas a partir de uma racionalidade urbana.

Outro aspecto diz respeito à visão mercadológica do turismo rural entre os empreendedores. Apesar de percebermos uma preocupação da prefeitura (gestões 1997-2000 e 2001-2004) em fazer com que o turismo contribua para a economia e auto-estima

dos agricultores familiares, a segunda equipe que assumiu o CITUR (gestão 2005-2008) não vem dando atenção a esses empreendedores, sobretudo aos menos capitalizados e com maiores dificuldades e resistências à especialização e investimentos.

Sem uma preocupação em atuar de forma coletiva e em valorizar os agricultores familiares envolvidos no CITUR, a equipe responsável pelo turismo na prefeitura (gestão 2005-2008) adotou uma visão mais mercadológica/empresarial na gestão do Circuito, incentivando seu crescimento quantitativo, e contribuindo para a ampliação de urbanidades na paisagem e na forma de gestão do CITUR.

Esse fato se chocou com a perspectiva de alguns agricultores familiares de poderem manter suas ruralidades e de poderem ter um crescimento paulatino do empreendimento, priorizando a complementaridade entre agricultura e lazer/turismo. Por conseguinte, a confiabilidade entre os empreendedores e gestores do CITUR foi se perdendo, em virtude da falta de coesão e da busca de objetivos em comum entre os envolvidos.

8. Mudanças e Permanências nas UPVFs dos Agricultores Familiares

Procuramos aqui apresentar elementos que apontam para as transformações ocorridas nas oito UPVFs que fazem parte do CITUR. Consideramos a questão da pluriatividade, as ruralidades e as urbanidades, as relações mercantis que estabelecem, os investimentos e mudanças na propriedade, a participação nos fóruns de decisão do CITUR e as perspectivas em relação ao futuro dos empreendimentos. Com base nesses dados, buscamos apreender indicadores de autonomia nas UPVFs inseridas no CITUR.

Apesar de predominarem as ruralidades na maior parte dessas famílias, o simples fato de receberem visitantes de Curitiba e de outras cidades intensifica as relações sociais com moradores das cidades e a propagação da ideologia urbana, podendo ampliar as urbanidades nas famílias rurais. Todavia, cabe lembrar que os agricultores familiares com empreendimentos no CITUR já estabeleciam relações capitalistas e possuíam contatos com urbanidades, pois, além de residirem próximos a uma capital de Estado, já negociavam a venda de seus produtos agrícolas e paraagrícolas e recebiam visitantes antes da instituição do CITUR²⁰¹.

Todas as famílias – caracterizadas como agricultores familiares – envolvidas no CITUR apresentam *pluriatividade agrícola e não agrícola interna à propriedade*. A maioria das oito famílias tem, no entanto, algum membro com trabalho externo à propriedade, seja agrícola ou não agrícola, assalariado ou não (arrendatário, autônomo, empresa).

Cabe ressaltar que apenas uma família (Maschio) não comercializava seus produtos na propriedade, diretamente com o consumidor, não recebendo visitantes antes

²⁰¹ Apenas a *Chácara Morango Natural* não tinha sua propriedade aberta à visitação antes da institucionalização do CITUR.

da existência do CITUR. As demais famílias já eram, portanto, pluriativas, e a atividade de comercialização direta na UPVF é econômica e socialmente positiva, pois agrega valor aos produtos, através da eliminação de intermediários, e aproxima o produtor do consumidor. Os maiores benefícios constatados com a inserção no CITUR foram a auto-estima dos agricultores e o aumento da procura e das vendas de seus produtos, levando também a um aumento na renda familiar. O aspecto negativo mais evidente é a falta de tempo livre nos fins de semana e feriados, e, portanto, de privacidade e tempo para descanso e lazer das famílias.

FAMÍLIA JOSÉ SECON

O senhor José é nascido em Colombo e sempre morou na propriedade, herdando-a do pai. A família tem tradição na agricultura, e todos (os membros de sua família) trabalham na propriedade, seja na agricultura, no processamento (agroindústria), nos serviços domésticos ou no atendimento aos visitantes do CITUR. Além disso, dois filhos são agricultores diaristas por meio período.

A combinação de atividades agrícolas (couve-flor, uva e outros produtos para o autoconsumo) na propriedade, o trabalho assalariado de dois filhos como meeiros, as atividades paraagrícolas (produção de vinho, grapa, licor, queijos), além do atendimento aos visitantes e da comercialização de produtos na propriedade, indicam que a família Seccon é pluriativa. Conforme nossa tipologia, este é um caso de *pluriatividade agrícola e não agrícola interna e externa à propriedade*.

José diz que ter duas atividades paralelas (a uva e a couve-flor) ajuda na garantia da renda familiar, pois quando tem problemas com alguma, a outra compensa os prejuízos. De forma geral, predominam as ruralidades nas ações da família e nos objetos da propriedade. As práticas agrícolas, o modo de vida, a tradição da família na agricultura e o apego ao lugar e à profissão de agricultor, são indicadores de ruralidades. A única urbanidade observada foi na qualidade da residência (Foto 10), com padrões urbanos (alvenaria, laje, arquitetura), porém não vemos isso como prejudicial, pois contribui para a qualidade de vida da família.



Foto 10: Casa de José Seccon e um de seus filhos.
Autor: CANDIOTTO, L. Z. P. Jun./2004.

Os 29 hectares da propriedade estão distribuídos em 9,4 ha para o cultivo de couve-flor; 6 ha de pastagem; 11,6 ha de matas; e 2 ha para o parreiral. A família possui um caminhão, um trator e dois automóveis.

O tempo diário de trabalho varia conforme o período, mas toda a família trabalha os sete dias da semana. Tinham dois empregados fixos, reduziram para um e em 2005 passaram para um meeiro. Hoje não têm mais empregado fixo.

Até o final dos anos 1980, a família só plantava tomate, porém, segundo o sr. José, a “terra cansou”. Posteriormente, iniciaram o cultivo da couve-flor. Atualmente, a família comercializa cerca de 200 mil pés/ano de couve-flor na CEASA. O transporte é terceirizado.

Essa propriedade e mais três vinícolas do CITUR (Dirceu Cavalli, Pedrinho Strapasson e Franco-Italiano), que também combinam a produção de uva com o cultivo de olerícolas, adotaram técnicas convencionais da modernização agrícola, demonstrando uma verticalidade (a chamada *Revolução Verde*) presente nessas UPVFs há anos.

O vinho é feito pela família e comercializado na unidade desde 1970. A arte de fazer os vinhos é uma ruralidade tradicional, ensinada pelo pai. A produção de vinhos está estabilizada em virtude da capacidade de armazenamento das pipas.

Em relação aos animais, possuem 5 vacas de leite e 8 bois de corte para consumo da família; cerca de 70 galinhas para consumo e para a venda de ovos aos visitantes; e 1 cavalo, usado no trabalho agrícola e para crianças da família e amigos. Existe também na propriedade um pequeno tanque com peixes para autoconsumo.

Ao questionarmos José sobre seus custos de produção e sobre sua renda bruta e líquida, o agricultor não nos informou, justificando que não tem controle dos gastos e receitas da propriedade. Mesmo considerando a possibilidade de o agricultor não querer informar esses dados, essa falta de controle financeiro na propriedade é comum entre os agricultores familiares. Esse fator dificulta um conhecimento mais aprofundado da dinâmica econômica das unidades familiares, e o próprio conhecimento dos agricultores sobre os resultados de seu trabalho.

Apesar dessa falta de controle, procuramos levantar alguns dados sobre a renda da família, que é composta por duas aposentadorias (de José e sua esposa), e pelas vendas da couve-flor e do vinho. José afirmou que, desde 2002, o trabalho só tem aumentado, enquanto os lucros vêm diminuindo. Cerca de 20% da renda familiar anual de R\$ 36.000,00 vem da venda do vinho. Apesar dessa renda, José afirma que no fim do mês sobra muito pouco.

Somente o espaço da vinícola é utilizado para o turismo, porém a vinícola é anexa à residência do proprietário, e os carros param em frente a casa. Imaginamos que isso incomoda os membros da família, pois acaba afetando sua privacidade.

As principais obras na propriedade após a entrada no CITUR foram as reformas do barracão (onde guarda caminhão e caminhonete) e da vinícola, pois tinham pipas de madeira, mas optaram por tanques de concreto revestidos com tinta especial para bebidas. Após 2005, não fizeram mais reformas. Em 2007, afirmaram que não pretendem modificar a propriedade, aumentar a produção de vinho, nem se cadastrar como empresa, mostrando que a família tem relativa autonomia em suas estratégias e ações, e que parece ter identificado os limites da abertura à visitação na UPVF.

O proprietário disse que nunca recorreu a financiamentos, seja para agricultura ou para o turismo, podendo ser outro indicador de autonomia, porém, o vínculo com o CEASA o faz dependente do cumprimento dos contratos.

O sr. José afirma que não modificou a forma de produzir a uva e o vinho, a não ser a mudança das pipas. Também não deixou nenhuma atividade agrícola com a inserção no Circuito, nem passou a beneficiar outro produto para comercializar, mas ampliou a produção de uvas, fato que contribuiu para a manutenção de suas ruralidades.

As formas de lazer de José são as visitas familiares e a igreja. O agricultor reclama que não passeia e tem pouco tempo livre, e dinheiro para o lazer.

Como o vinho já era produzido e comercializado no local, não foram necessárias muitas mudanças e, desta forma, a família não sentiu muito os possíveis impactos negativos do turismo, a não ser pela falta de tempo livre nos fins de semana.

No que tange à autonomia da família, a relação contratual com o CEASA indica dependência, mas a produção e comercialização do vinho é positiva como alternativa de renda e contribui para a autonomia, pois é uma atividade tradicional da qual a família se orgulha. Em relação ao CITUR, a família também não se curvou aos ditames da equipe da prefeitura, dos consultores do SEBRAE e dos demais empreendedores, não abrindo empresa, e mantendo certa autonomia nas decisões.

FAMÍLIA DIRCEU CAVALLI

As atividades produtivas da família são divididas entre os parreirais e o cultivo de olerícolas, tanto de inverno (couve-flor, repolho, beterraba) como de verão (pepino, chuchu, abobrinha). Na propriedade de 2 hectares, a família cultiva as uvas, e para o cultivo das olerícolas, arrenda outros 5 hectares, sendo 2 hectares de parentes. A produção de olerícolas é vendida para o CEASA e na cooperativa CANTU.

A família Dirceu Cavalli tem suas raízes na propriedade, e se dedica quase exclusivamente às atividades internas à UPVF (couve-flor e uva), tradicionais, e eminentemente rurais. Ocorre, contudo, que a combinação de atividades agrícolas e paraagrícolas, o trabalho assalariado externo à unidade produtiva de uma das filhas de Dirceu e o atendimento aos visitantes fazem desta uma unidade familiar com *pluriatividade agrícola e não agrícola interna e externa à propriedade*.

Todos trabalham cerca de sete horas/dia, menos a filha mais nova que trabalha quatro horas em função dos estudos. Todos trabalham os sete dias da semana.

Não há pecuária na propriedade, mas somente 20 galinhas e um suíno usados para autoconsumo da família. Também possuem um cavalo. O maquinário da família é constituído por um trator e uma tobata, além de dois carros. Nunca utilizaram recursos do Pronaf, mas se consideram agricultores familiares, pois o trabalho é familiar e possuem poucos empregados.

As ruralidades na família também são tradicionais, e estão representadas nas atividades agrícolas e paraagrícolas, no modo de vida da família agricultora, e no apego ao lugar, porém existem urbanidades na paisagem em virtude da ampla reforma feita na casa da família (Foto 11), e nas territorialidades dos filhos, pois todos tiveram a oportunidade de fazer faculdade de administração e agronomia, e uma das filhas possui trabalho externo. Entendemos também que a formação de um filho e uma filha em administração tende a ampliar a influência das verticalidades nas decisões da família, haja vista a lógica economicista desse curso.



Foto 11: Casa de Dirceu Cavalli, recentemente reformada.
Autor: CANDIOTTO, L. Z. P. Mar./2007.

O fato de não receberem mais excursões e de fechar o empreendimento nas tardes de domingo, mostra que a família optou por manter um certo tempo-livre e privacidade. Isso indica a falta de tempo como um impacto negativo, e a opção da família como uma estratégia interna à UPVF. Essa posição, unida ao fato de não pretenderem montar uma empresa, reforça a autonomia da família frente às exigências de gestores do CITUR, e indica uma intencionalidade pela manutenção de suas ruralidades.

A inserção no Circuito de turismo parece não ter mudado muito a vida da família, pois o atrativo, que é o vinho, já existia e era comercializado na própria propriedade. Apesar de citarem o contato com outras pessoas como positivo, tomaram a decisão de não receber mais excursões e de fechar aos domingos à tarde. Esse fato demonstra que a família parece ter sentido a necessidade de impor limites à expansão da visita na UPVF. Assim, o turismo apresenta-se como atividade voltada à complementar a renda da

família, pois esta não pensa em deixar a agricultura para viver exclusivamente do turismo.

FAMÍLIA ODILON CAVALLI

A família do falecido Odilon Cavalli também tem fortes raízes na agricultura e se mantém na propriedade adquirida pelo pioneiro. Há uma combinação da olericultura com o cultivo de uvas, a produção de vinhos e o atendimento dos visitantes na propriedade, fato comum entre os proprietários de vinícolas no CITUR. O diferencial de Gilmara em relação aos outros vinicultores é, contudo, o fato de ela não utilizar agrotóxicos. Todavia, o valor cobrado pelo vinho é o mesmo das outras vinícolas.

Apesar de nenhum membro da UPVF ter trabalho assalariado, o fato de arrendarem um pedaço de terra fora da unidade familiar, para o cultivo das olerícolas, também faz com que essa família tenha uma *pluriatividade agrícola e não agrícola interna e externa à UPVF*. A única atividade não agrícola da família é, porém, o atendimento aos visitantes, sendo uma atividade interna à UPVF.

Mesmo assim, predominam as ruralidades na propriedade e nas ações da família, enquanto não registramos urbanidades afloradas. Os investimentos procuraram melhorar a estrutura da propriedade e pouca coisa mudou na vida da família com o CITUR. Hoje, o CITUR não tem muita influência na sobrevivência da família, pois a prefeitura não encaminhou mais excursões para a vinícola.

Apesar de não obterem grandes lucros com a entrada no CITUR e de estarem abandonados pela equipe da prefeitura, a manutenção do modo de vida na agricultura e o cultivo de alimentos orgânicos vêm garantindo certa autonomia da família.

Como o vinho já era produzido e comercializado no local, não foram necessárias muitas mudanças na UPVF e, desta forma, a família não sentiu muito os possíveis impactos negativos do turismo, a não ser pela falta de tempo livre nos fins de semana, e de lazer, que é o tempo limitado à igreja.

FAMÍLIA PEDRINHO STRAPASSON

A família também tem raízes no lugar e tradição na produção de vinhos e no cultivo agrícola. Além de as atividades agrícolas (olericultura e viticultura) serem predominantes tanto na UPVF como em outras áreas de propriedade da família, as atividades não agrícolas da família estão no atendimento aos visitantes na propriedade, e no trabalho assalariado da filha externo à UPVF. Tais atividades também conduzem a uma *pluriatividade agrícola e não agrícola interna e externa à UPVF*.

Na época de colheita da uva, reduzem o plantio de verduras, e têm que comprar de outros para abastecer o mercado. Possuem um trator e uma tobata para a agricultura, e

dois carros. Os animais da propriedade são 20 galinhas, usadas para consumo da família, e um cavalo. Estão aumentando a produção de vinho aos poucos.

A relação contratual com o mercado Walmart faz com que a família seja dependente das exigências dessa empresa, e a produção de vinho se apresenta como alternativa econômica e como forma de autonomia. Mesmo com a ampliação da produção de vinhos, e com a intenção de substituir as pipas e de ampliar a área de cultivo da uva, a família tem convicção de que quer permanecer na atividade agrícola, manter suas ruralidades, e que não quer se profissionalizar no turismo.

A possibilidade de os filhos estudarem e trabalharem fora amplia as urbanidades na família, porém, no casal proprietário e em d. Libera, a maior influência é rural. A saída das filhas para cursar faculdade, o trabalho assalariado não agrícola externo destas, e a migração de uma filha para a cidade indicam a influência de urbanidades nas filhas e uma tendência de dissolução no núcleo familiar.

Pedrinho participa ativamente do CMT, mas não identificamos grandes posicionamentos dele nas decisões tomadas. Além da auto-estima da família, outro benefício com o CITUR foi a ampliação da clientela do vinho, pois a produção de vinhos vem aumentando. Como o vinho já era produzido e comercializado no local, não foram necessárias muitas mudanças e, desta forma, a família não sentiu muito os possíveis impactos negativos do turismo.

A propriedade da terra, a importância do autoconsumo e a gestão familiar são alguns indicadores de autonomia da família. O fato de não se interessarem por se cadastrarem como empresa e a identidade agricultora da família indicam certa autonomia em relação às sugestões de profissionalização no ramo do turismo, por parte de consultores e gestores do CITUR.

FAMÍLIA DIRCEU CAMARGO – VINÍCOLA FRANCO-ITALIANO

Apesar de predominarem as ruralidades na família e na propriedade, percebemos uma maior incorporação de urbanidades e de verticalidades em relação às outras famílias agricultoras do CITUR. Além da adoção de métodos de cultivos convencionais, outra verticalidade constatada está na lógica mercantil/empresarial que vem direcionando as ações na UPVF.

A combinação de atividades agrícolas, paraagrícolas com o atendimento na propriedade, além do fato de um filho ter trabalho assalariado não agrícola fora da unidade, são fatores que indicam que a família está envolvida com a *pluriatividade agrícola e não agrícola interna e externa à UPVF*. A comercialização na vinícola, de produtos externos à UPVF, faz com que a família também tenha lucros como intermediária. Os produtos comercializados são de Colombo e de outros municípios.

A família vem investindo na ampliação da vinícola, e procurando se especializar na produção de vinhos e no atendimento dos fregueses. Foram compradas novas pipas e equipamentos para a vinícola, e um espaço exclusivo ao atendimento dos visitantes está sendo construído. A Foto 12a mostra a vinícola no ano de 2004, enquanto a 12b, a vinícola atual, sendo possível observar as mudanças no espaço e nas pipas utilizadas. Na Foto 13, pode-se ver aspectos da nova vinícola, em construção.



Foto 12a: Vinícola Franco-Italiano em 2004, com pipas de madeira.
Autor: CANDIOTTO, L. Z. P. Jun./2004



Foto 12b: Vinícola Franco-Italiano em 2007, com pipas de aço inox.
Autor: CANDIOTTO, L. Z. P. Mar./2007



Foto 13: Nova vinícola em construção com espaço para armazenamento das garrafas.
Autor: CANDIOTTO, L. Z. P. Mar./2007

O CITUR parece ter sido fundamental na estratégia da família em ampliar a produção de vinhos e se especializar nessa atividade. Ele contribuiu para a ampliação de

urbanidades e de objetos técnicos na UPVF e no modo de vida da família, através das novas relações sociais e do aumento da renda. Na paisagem da UPVF, percebemos uma mistura entre ruralidades e urbanidades. A Foto 14 indica, à esquerda, a casa de residência da família, que também se constitui em uma rugosidade. Já à direita, está o novo espaço para a vinícola, com uma arquitetura moderna.



Foto 14: Casa da Família Dirceu Camargo e nova vinícola.
Autor: CANDIOTTO, L. Z. P. Mar./2007

A formação do filho Fernando e a própria visão empresarial de Dirceu indicam que vem havendo uma transformação na atividade produtiva na unidade familiar e na organização desta, no sentido de transformar a propriedade em uma empresa, e priorizar as atividades paraagrícolas (vinho, graspera, suco). Apesar dessa tendência de profissionalização, Fernando se diz agricultor familiar, e quer obter recursos do governo.

O sucesso da vinícola fez com que a família comprasse outra propriedade no Rio Grande do Sul, exclusivamente para cultivar uvas viníferas. Além disso, a família vem reduzindo a produção de olerícolas (beterraba, alface, repolho) e substituindo por parreirais desde a entrada no CITUR, pois aumentou a demanda pelos vinhos. Outra área destinada à erva-mate também foi substituída por parreirais.

A aquisição da propriedade no Rio Grande do Sul é outro indicador de que a vinícola vem dando lucros, e de que a família vem secundarizando a atividade agrícola para dedicar-se à produção e comercialização dos vinhos. Outro aspecto a ressaltar diz respeito ao questionamento da qualidade de outros produtos do CITUR por parte de Fernando, sobretudo dos vinhos. O empreendedor parece achar que seu vinho é bem superior que o dos demais, e chega a se mostrar arrogante em alguns momentos, como em uma reunião do CMT, onde questionou a qualidade dos vinhos do sr. José Seccon quando este foi entrar no CITUR.

Além do aumento da quantidade de vinho produzida, a família também diversificou as variedades de uva na propriedade de Colombo, incorporando viníferas como cabernet, chardonay e pinot-noir, bem como no RS, com as uvasancelota, merlot e moscato. Sob os parreirais, cultivam milho e feijão.

Esses aspectos demonstram uma tendência de especialização da produção de uvas em detrimento de outras culturas, e indicam que a inserção em um Circuito de turismo, ao invés de permitir a diversificação das atividades na UPVF e ser uma fonte de renda complementar à agricultura, vem transformando a família agricultora em empresária. A substituição de uma racionalidade “rural” por uma racionalidade empresarial fica evidente nesse caso. A compra de outra área no Rio Grande do Sul é outro indicador de enriquecimento e de mudança das intencionalidades e das funções dos membros da família.

Desta forma, o CITUR contribuiu para diversas mudanças na UPVF, sendo esta uma das poucas propriedades de agricultores familiares que apresentaram significativas transformações nos objetos e nas ações de seus responsáveis. Se, por um lado, a família vem aumentando seus lucros com o empreendimento turístico, por outro, sua autonomia como agricultor familiar vem diminuindo, em virtude da especialização na produção de vinhos, da dependência de trabalho assalariado, da adoção de uma racionalidade empresarial, e da secundarização de práticas agrícolas de autoconsumo.

FAMÍLIA MASCHIO - CHÁCARA MORANGO NATURAL

Das famílias agricultoras do CITUR, esta é a única que dedica todo seu trabalho à UPVF, sendo que a atividade não agrícola da família se restringe ao processamento dos morangos e ao atendimento dos visitantes. Diferente das outras famílias do CITUR, esta apresenta uma *pluriatividade agrícola e não agrícola interna à UPVF*. Predominam, portanto, as ruralidades na família e na propriedade. O acesso dos filhos à universidade pode ser considerado um vetor de urbanidades, porém ambos se formaram em cursos ligados ao rural, e continuam trabalhando e residindo na UPVF.

As construções são uma casa sede de madeira, um paiol antigo, uma área pequena e rústica para o atendimento, e um quiosque de madeira construído em 2005 para os visitantes. Para iniciar a recepção, investiram R\$ 1.200,00 na construção de um espaço para embalar, processar e vender os produtos. Em 2006, o filho do sr. José recorreu a um financiamento de R\$ 9 mil pelo Pronaf para reformar as estufas, e a família ficou satisfeita com o empréstimo.

Os animais da propriedade são 12 galinhas para autoconsumo e um cavalo usado no trabalho agrícola. Possuem um pequeno tanque com peixes para consumo da família. Também têm um mini trator para o trabalho, e um automóvel popular.

Entre 1999 e 2001, a família ampliou suas atividades agrícolas e aumentou a produtividade de alguns cultivares. Como foi o CITUR que impulsionou a criação do empreendimento, sua instituição foi fundamental para a inserção da família em novas atividades agrícolas e não agrícolas, e para o aumento na renda desta. Nesse período, a produção de morangos aumentou 15%. A família passou a produzir tomate, pepino e

pimentão após a entrada no CITUR, e se manteve produzindo brócolis e alface. A renda com a produção *in natura* cresceu 20% após três anos de inserção no CITUR. Com a falência da APAC, da qual eram sócios, passaram a cultivar apenas morangos e alfaces.

No que tange aos produtos transformados, houve uma ampliação de 50% na produção de geléia de morango, 200% na de licor de morango, e 100% na de licor de figo. Só com os produtos processados, a família obteve um crescimento de 28% da renda. Quando há excedentes de morango *in natura*, José sai vendendo na rua, direto ao consumidor. Outro fato interessante é que a família oferecia seus produtos para outros empreendedores do CITUR venderem em seus empreendimentos, porém hoje não comercializam mais seus produtos em outras propriedades, pois disseram que os empreendedores cobravam a mais e tinham uma margem de lucro alta, fato que dificultava as vendas.

Nos três primeiros anos do Circuito, a família indicou um aumento de 30% na renda, no entanto, na entrevista feita em 2007, percebemos o desânimo e a preocupação do casal de agricultores com o futuro do CITUR e com a queda da renda familiar. José e Vera afirmaram que o dinheiro que entra é para pagar as contas e manter a propriedade viável (estufas, insumos orgânicos), de modo que sobra pouco para a família. Esses dados, junto a outros que já apresentamos sobre as vinícolas, mostram que, após um período de crescimento e de euforia com o CITUR, este passou a se estagnar, sobretudo a partir de 2005.

Apesar dos poucos lucros obtidos com o CITUR, a família Maschio apresenta diversos indicadores de autonomia como agricultores familiares, e no direcionamento das ações em torno do CITUR. Além de possuírem produtos para o autoconsumo, a propriedade, a gestão e todo o trabalho são familiares. Os filhos vêm procurando se qualificar em cursos ligados à agricultura, e a família possui forte identidade agricultora. A produção orgânica contribui para a saúde da família, e a comercialização direta dos morangos amplia a margem de lucro.

Em relação ao CITUR, apesar de não conseguirem aumentar seus lucros (ou reduzir seus prejuízos) com as medidas propostas de cobrança pelo suco de morango, a família tem autonomia para tomar algumas decisões. O fato de não se cadastrarem como empresa e a decisão de não permitir a entrada de visitantes nas estufas com os morangos, são indicadores de autonomia. No entanto, o fato de a prefeitura não aceitar a proposta de cobrança pelo suco se mostra como um elemento de perda de autonomia em relação à gestão do turismo na UPVF.

FAMÍLIA JOSÉ ADIR GASPARIN - PESQUE-PAGUE/COLHE-PAGUE GASPARIN

A família demonstra ter consciência da importância da produção orgânica para sua saúde, e da agricultura como base de sobrevivência. A opção por abandonar o uso de

agrotóxicos quando houve problema de saúde na família mostra o enfraquecimento da verticalidade decorrente da modernização agrícola, e também, pode ser considerada uma contra-racionalidade.

Edemar é claramente um agricultor familiar permeado por ruralidades em sua identidade e em seu modo de vida. Produz vários tipos de verduras e vem procurando diversificar mais a produção de orgânicos. Planta pimentão, abobrinha, milho-verde, pepino, vagem e jiló no verão, e, no inverno, alface, repolho, brócolis e acelga. Não usa estufas e cultiva cerca de cinco mil pés de verduras por mês. A diversificação da produção e a instituição do colhe-pague contribuem para a autonomia da família. Nesse ponto, o CITUR foi bom para a família, haja vista que a oferta do colhe-pague ocorreu após a entrada no Circuito. A Foto 15 apresenta uma foto da propriedade de Edemar na área do colhe-pague.



Foto 15: Edemar e sua lavoura usada como colhe-pague.
Autor: CANDIOTTO, L. Z. P. Jun./2004

O aumento da piscicultura também indica que o CITUR contribuiu na diversificação das atividades e funções da propriedade. De 2004 a 2005, a quantidade de peixes dobrou. A partir da entrada no CITUR em 1999 até 2001, a família informou que obteve um aumento de 40% na renda, sobretudo em função do colhe-pague, iniciado em 2000.

Os animais existentes na propriedade são 50 galinhas caipiras, usadas para consumo da família e dos visitantes; e 15 ovelhas, usadas para pastar e para distrair os turistas. As máquinas agrícolas são um trator e uma tobata.

A família Gasparin apresenta diversas ruralidades, apesar de dois de seus membros terem empresa, e trabalho externo à UPVF. São as mulheres e Edemar os indivíduos com maiores ruralidades, e, apesar das transformações para a oferta de atividades de lazer, a propriedade guarda características rurais.

A família apresenta *pluriatividade agrícola e não agrícola interna e externa à UPVF*, pois possui atividades agrícolas (cultivo de olerícolas e piscicultura) e não agrícolas (preparação de refeições e atendimento aos visitantes) na UPVF, além da empresa de transporte de adubos, administrada pelo chefe da família e um dos seus filhos.

José Gasparin foi vereador, tem boas relações políticas no município, e sempre participou dos fóruns de decisão do CITUR. Apesar de também ser empresário, caracteriza-se basicamente, por ruralidades e parece não se orientar a partir de uma lógica exclusivamente empresarial.

A família procurou aproveitar suas ruralidades como atrativos do CITUR. As tradições da família aproveitadas para o turismo foram o cultivo de orgânicos, e os pratos servidos nas refeições. Os equipamentos aproveitados foram os tanques, o campo de futebol, e a área de lazer. Só o parque infantil foi construído após a entrada no CITUR. Nenhuma atividade agrícola foi abandonada em função do turismo, e o cultivo de hortaliças e o pesque-pague foram ampliados após a entrada no Circuito, se apresentando como aspectos positivos do turismo para a UPVF e reforçando a autonomia da família.

Também percebemos uma maior organização da UPVF a partir da abertura à visitação e a inserção de novos objetos técnicos. O trabalho dos membros da família nos fins de semana, a oferta de refeições e o atendimento aos visitantes acabaram modificando o modo de vida da família, mas não afetou muito suas ruralidades. Outras mudanças positivas foram o aumento da renda familiar e das atividades produtivas, e a oportunidade de realizar viagens turísticas, fato que não ocorria antes.

No caso da família Gasparin, o CITUR parece ter contribuído para ampliar sua autonomia, pois alavancou a diversificação das atividades produtivas (que também servem para o autoconsumo), e valorizou a agricultura através do colhe-pague. Com a oferta de refeições, a família agregou valor aos produtos agrícolas e criou mais um meio de divulgação dos alimentos orgânicos que produz. Outro aspecto a ressaltar diz respeito à geração de empregos (mesmo que temporários) para alguns indivíduos residentes no entorno do empreendimento.

FAMÍLIA PEDRINHO GASPARIN - MOINHO ARTESANAL

A situação precária da família é evidente na paisagem da UPVF. A propriedade que era de oito hectares foi reduzida em um hectare após a venda do restante para cobrir uma dívida bancária feita por um dos filhos de Pedro. Apenas o proprietário Pedro e sua filha continuam na atividade agrícola. Os demais membros da família trabalham fora da UPVF. As ruralidades estão na paisagem, em objetos da UPVF e na identidade de Pedro, que sempre foi agricultor. O moinho se apresenta como uma rugosidade.

A família proprietária do moinho artesanal apresenta *puriatividade agrícola e não agrícola interna e externa à UPVF*, pois três membros exercem atividades não-agrícolas fora da propriedade; e Pedro combina a agricultura com a atividade paraagrícola de produção do fubá e da quirera por meio da moagem do milho, e com o atendimento aos visitantes.

Apesar de ter certa autonomia com o moinho, a renda familiar é muito baixa, comprometendo a qualidade de vida de seus membros. Pedro gostaria de ter os filhos trabalhando com agricultura, mas eles não querem, fato que indica um enfraquecimento das ruralidades na família. Não existem perspectivas de investimentos e ampliação do empreendimento, mas Pedro tem autonomia nas decisões em torno do empreendimento turístico, apesar de não possuir recursos para realizar investimentos na UPVF e no empreendimento.

FAMÍLIA PEDRO ROSENENTE - PESQUE-PAGUE SÍTIO DAS PALMEIRAS

Esse empreendimento não faz parte daqueles caracterizados como de agricultores familiares, pois a família deixou de ser agricultora para se tornar empresária do lazer. Achamos, contudo, pertinente adicionar algumas considerações sobre esta.

O proprietário deixou totalmente a agricultura para se tornar um empresário no ramo do lazer. Ainda possui uma agricultura residual, de autoconsumo na propriedade em que reside atualmente, mas não tem animais na propriedade onde se encontra o pesque-pague, nem beneficia alimentos. Apesar de ainda residir em um estabelecimento rural, as ruralidades da família vêm sendo substituídas por urbanidades, sobretudo na forma de gerenciar o empreendimento. De unidade agrícola, a propriedade passa a ser uma empresa comercial e de serviços. A Foto 16 mostra parte do empreendimento e suas características de clube recreativo, com piscinas e tobogã.



Foto 16: Pesque-Pague e Parque Aquático Sítio das Palmeiras
Autor: CANDIOTTO, L. Z. P. Mar./2007

Sem dúvida, o CITUR foi responsável pelo aumento da renda da família com o lazer e, conseqüentemente, pela transformação da função dessa UPVF e das atividades desenvolvidas pela família. No pesque-pague, são nítidas as transformações na paisagem. Antes, a propriedade era uma UPVF com características rurais, mas hoje é um clube, com objetos técnicos (piscinas, tobogãs) estranhos ao rural tradicional, porém cada vez mais presentes no “novo” rural. Na lanchonete predominam objetos característicos da urbanidade, como doces e salgados industrializados e refrigerantes.

A agricultura para consumo e a piscicultura são as atividades agropecuárias da família e ainda fazem desta uma família pluriativa, porém, em nossa opinião, não mais uma família agricultora. Assim, temos nesse caso uma *pluriatividade agrícola e não agrícola interna à UPVF*, porém a atividade agropecuária é totalmente secundária, de modo que no empreendimento só existe a criação de peixes, em função de sua transformação em atrativo turístico.

Apesar das transformações, a família parece muito satisfeita com a nova atividade, e vem investindo na melhoria do local. Do ponto de vista do trabalho, também apontam benefícios, pois hoje trabalham muito nos períodos quentes e de férias escolares, porém nos meses frios têm tempo para descanso e viagens turísticas.

Ocorre, no entanto, que, em relação à autonomia da família, esta parece ter diminuído, em virtude da mudança de função da propriedade (de estabelecimento agrícola para estabelecimento de serviços) e, conseqüentemente, da necessidade de se manter no negócio em função dos investimentos que fez. Ao invés da diversificação, essa família também apostou na especialização, abriu empresa, e hoje trabalha com uma racionalidade empresarial. Apesar de menos árduo e penoso que o trabalho na agricultura, os riscos com o empreendimento turístico são diferentes e exigem novos conhecimentos por parte da família.

Buscando sistematizar a identificação de indicadores de autonomia entre os agricultores familiares envolvidos com o CITUR, apresentamos o Quadro 10. Fundamentado no que entendemos serem os seis indicadores de autonomia do agricultor familiar (vide p. 243/244), construímos o quadro de síntese. Ademais, no que tange à autonomia dos agricultores familiares em relação à inserção no turismo, apontamos mais quatro indicadores, sendo eles: - definir a oferta (produtos, atrativos e espaços destinados aos turistas); - definir os dias e horários de abertura da UPVF; vincular a oferta a produtos endógenos à UPVF e do município; ter identidade de agricultor familiar e valorizá-la como um atrativo turístico.

Pelos resultados, podemos afirmar que os agricultores familiares do CITUR possuem autonomia tanto no direcionamento de suas práticas agrícolas quanto na gestão do empreendimento turístico. Dos oito analisados, quatro apresentam todos os indicadores de autonomia, apesar de tais indicadores terem de ser relativizados para cada caso. Essas quatro UPVFs com maior autonomia são, contudo, aquelas com dificuldades financeiras e com menores lucros obtidos com o CITUR. Apenas no caso do Pesque-Pague Gasparin a renda familiar é alta, porém esta família combina diversas atividades econômicas, tendo boa parte da renda por meio de trabalho externo à UPVF.

No caso das vinícolas, o fato de quatro trabalharem com métodos agrícolas convencionais e terem contratos a serem cumpridos com grandes empresas

(supermercados e CEASA) indica certa dependência de insumos e obrigações que reduzem sua autonomia. Três delas também dependem de trabalho assalariado externo.

Os demais empreendimentos contemplam todos os indicadores de autonomia, porém cabe considerar a dependência da família de José Gasparin (Pesque-Pague Gasparin) ao trabalho externo (vide importância econômica deste na renda familiar), e as difíceis condições de sobrevivência da família de Pedrinho Gasparin (Moinho Artesanal).

Destacamos, ainda no contexto da autonomia, as UPVFs que cultivam alimentos orgânicos, sendo o Pesque-Pague / Colhe-Pague Gasparin, a Vinícola Odilon Cavali e a Chácara Morango Natural. O cultivo de orgânicos, além de propiciar o autoconsumo de alimentos mais saudáveis para as famílias e de reduzir a degradação ambiental nas propriedades, é um diferencial de qualidade que pode agregar valor aos produtos e reduzir a dependência em relação a atravessadores e grandes supermercados. O aproveitamento dos produtos orgânicos na oferta aos visitantes também gera benefícios econômicos, mostra a viabilidade da agricultura orgânica para os cidadãos e fortalece a identidade agricultora destas famílias.

	Vinícola José Seccon	Vinícola Dirceu Cavalli	Vinícola Odillon Cavalli	Vinícola Pedrinho Strapasson	Vinícola Franco Italiano	Chácara Morango Natural	Pesque-pague Gasparin	Moinho Artesanal
Propriedade da terra e dos meios de produção	X	X	X	X	X	X	X	X
Produção para autoconsumo	X	X	X	X	X	X	X	X
Gestão familiar	X	X	X	X	X	X	X	X
Não ter patrão	X	X	X	X	X	X	X	X
Não depender de trabalho assalariado externo	X		X			X	X	X
Não depender de técnicas de agricultura convencional			X			X	X	X
Definir a oferta (produtos, atrativos e espaços destinados aos turistas)	X	X	X	X	X	X	X	X
Definir os dias e horários de abertura	X	X	X	X	X	X	X	X
Vincular a oferta a produtos endógenos à UPVF	X	X	X			X	X	X
Ter identidade de agricultor familiar e valorizá-la como um atrativo turístico.	X	X	X	X		X	X	X

QUADRO 10 – SÍNTESE DOS INDICADORES DE AUTONOMIA ENTRE OS AGRICULTORES FAMILIARES DO CITUR

Org. CANDIOTTO, L. Z. P. (2007)

9. IMPLICAÇÕES SOCIOESPACIAIS DO CITUR NO MUNICÍPIO DE COLOMBO

De forma geral, o CITUR não afetou muito a dinâmica espacial de Colombo e a vida de seus moradores. Considerando que a maior parte da oferta do CITUR já existia, a maioria dos atores já possuía relações em Colombo e diversas rugosidades da paisagem foram aproveitadas, porém, alguns objetos técnicos foram inseridos nos empreendimentos, e novos atores passaram a atuar no município. Além do aproveitamento de objetos técnicos já existentes, houve também um processo de renovação e atribuição de novas funções a outros objetos. Um exemplo é a gruta de Bacaetava, que, antes de se tornar parque municipal, era de livre acesso e sem nenhuma infra-estrutura e equipamento, e hoje é um parque público e um importante atrativo de Colombo.

Tanto nas publicações e documentos sobre o CITUR e seus resultados, como também na retórica de seus promotores e gestores, há uma evidência sobre os benefícios econômicos do CITUR, sobretudo em torno da geração de emprego e renda. Fonte (2002) e Lannes (2003) apontam para a contribuição do CITUR no desenvolvimento econômico de Colombo, e para um considerável crescimento da renda gerada nos empreendimentos. Dados da prefeitura de 2001 indicam a geração de 186 empregos diretos e 302 indiretos, que, em 2002, passa para 208 e 318 respectivamente. Todavia, como a maioria dos empreendimentos participantes do CITUR já existia antes de sua institucionalização, esses dados devem ser relativizados, pois muitos destes empregos já existiam antes da criação do Circuito. Comparando os dados de 2001 com 2002, percebemos um crescimento de 22 empregos diretos e 16 indiretos, mostrando essa geração de emprego e renda é tímida frente os investimentos públicos e privados, que chegaram a R\$ 2.250.200,00.

Considerando, portanto, que a geração de empregos com o CITUR vem sendo tímida, e que houve um crescimento maior que 300% na renda dos estabelecimentos de serviços turísticos (hospedagem, alimentação, fabricação de produtos artesanais), conforme indicado por Lannes (2003), percebemos que os benefícios do CITUR são praticamente restritos aos empreendedores envolvidos. Mesmo assim, existem margens de lucro bem distintas, de modo que, nos empreendimentos mais elitizados, os lucros são maiores, e nos mais simples, a margem de lucro é bem menor. As queixas da maioria dos agricultores familiares em relação ao pouco retorno econômico do CITUR, demonstram que estes não vêm tendo grandes lucros com o mesmo.

Para o poder público municipal, os benefícios do CITUR estão ligados ao aumento da receita do município, por meio da arrecadação de impostos com os empreendimentos/empresas do Circuito²⁰², mas principalmente, pelo *marketing* local, regional e nacional gerado e, conseqüentemente, por uma nova e positiva imagem do município, e pelo aumento no fluxo de visitantes. Os investimentos da prefeitura foram,

porém, consideráveis. Com a criação do CITUR, a prefeitura municipal investiu, até 2001, R\$ 850.000,00, distribuídos em obras de infra-estrutura; nas placas de sinalização e totens, em materiais de divulgação para os visitantes, e em feiras e eventos; no posto de informações turísticas; e nas propagandas do Circuito na parte traseira dos ônibus circulares.

De forma geral, a divulgação do CITUR por meio de placas, rádios, jornais, TVs, festas, eventos e folheteria, contribuíram para que a população local conhecesse o Circuito, apesar de alguns nem saberem da existência deste. Com o objetivo de verificar o conhecimento e a opinião dos moradores de Colombo sobre o CITUR, aplicamos 40 questionários com a população local (segundo modelo no Anexo 6). Alguns resultados são apresentados a seguir.

Ao questionarmos a população sobre a existência do CITUR, 87,5% dos entrevistados afirmaram saber da existência do CITUR, porém, verificamos também que 67,5% já conheciam e/ou freqüentavam algum empreendimento do CITUR antes da institucionalização do Circuito. Assim, apenas 20% dos residentes entrevistados ficaram sabendo da existência de empreendimentos de lazer em Colombo após a criação do CITUR.

Em relação às mudanças que o CITUR trouxe para Colombo, 30% dos entrevistados disseram que o Circuito contribuiu para a divulgação do município, que ficou mais conhecido e visitado. Para nove moradores (22,5%), a maior contribuição do CITUR para Colombo foi econômica, mas, destes nove moradores, apenas um entrevistado citou a geração de emprego. Duas pessoas (5%) citaram a valorização cultural como maior mudança, e 25% dos entrevistados disseram que o CITUR não mudou nada no município. Os 17,5% restantes não responderam à questão.

Entre os residentes, os empreendimentos do CITUR mais conhecidos são: a gruta de Bacaetava para mais de 50%, seguida das vinícolas, com mais de 25%, dos pesque-pagues (15%), e o Restaurante Passárgada (10%). Na avaliação do CITUR, 10% dos entrevistados acham que o Circuito está ótimo, 47,5% que está bom, e apenas 2,5%, correspondente a uma pessoa, que está ruim. Os residentes também sugerem melhorias nas estradas de acesso aos empreendimentos, mais divulgação, e um maior acesso aos empreendimentos por parte da população local, mostrando que a mesma população usufrui pouco dos atrativos do CITUR.

Sabendo que boa parte da população colombense não conhece o CITUR e seus empreendimentos e atrativos, a equipe da SETUR da prefeitura implantou o projeto de divulgação do CITUR nas escolas de ensino fundamental, onde faz uma palestra sobre o Circuito, distribui um jogo do CITUR, e leva as crianças para conhecerem alguns empreendimentos. Apesar de considerarmos a iniciativa pertinente, entendemos que esse

²⁰² Por isso o interesse da atual secretária municipal de turismo em convencer os empreendedores do CITUR a se cadastrarem como empresa.

trabalho de conscientização da população em torno do turismo deveria ter sido realizado desde o início da proposta de criação do CITUR, pois muitos impactos socioculturais do turismo se dão em virtude da falta de participação da população no processo de planejamento e gestão, bem como da falta de uso das destinações de lazer e turismo por parte dos residentes.

Além da população local, procuramos verificar a percepção dos turistas em relação ao CITUR. Aplicamos o questionário com 14 turistas (segundo modelo no anexo 7) e obtivemos os seguintes resultados. Assim como indicado no Inventário da oferta turística de Colombo, e no trabalho de Nitsche (2000), a maior parte dos visitantes do CITUR é proveniente de Curitiba, Colombo e outros municípios da RMC. Entre os nossos entrevistados, 64% são de Curitiba, 29% de Colombo e 7% de outro município da RMC. Todos esses dados, aliados à constatação de que uma minoria dos visitantes do CITUR pernoita em algum empreendimento, indicam que a oferta do CITUR é uma oferta de lazer e não de turismo. Por conseguinte, os empreendimentos que não oferecem pernoite deveriam ser classificados como empreendimentos de lazer e não de turismo, no entanto o CITUR é criado como um circuito turístico, e os empreendimentos são também chamados de turísticos²⁰³.

Ao perguntarmos sobre como souberam da existência do CITUR, 28,6% afirmaram não saber que o CITUR existia, pois somente conheciam alguns empreendimentos esparsos. Dos 71,4% que têm conhecimento da existência do CITUR, 35,7% ficaram sabendo por meio das placas no município; 21,4% por terceiros; 7,1% por folheteria, e um entrevistado não respondeu. Na questão referente às motivações que levam os visitantes a irem até empreendimentos do CITUR, surgiram referências à tranquilidade, saída da rotina, natureza, rural e gastronomia.

Entre os visitantes, a divulgação do CITUR parece ter surtido efeito, pois 71% disseram que não conheciam nenhum empreendimento de Colombo antes da criação do CITUR. Alguns nunca tinham ido ao município. Os visitantes entrevistados conhecem, porém, apenas alguns empreendimentos do CITUR, sendo que os mais citados foram os Restaurantes Grande Famiglia e Passárgada, os pesque-pagues e as vinícolas. A gruta de Bacaetava também foi citada por 35,7% dos entrevistados, porém esta não é um empreendimento, mas um atrativo.

Apesar de a população residente e de muitos dos frequentadores dos empreendimentos do CITUR não conhecerem o Circuito totalmente, acreditamos que a institucionalização do CITUR e seu desenvolvimento de oito anos conduzem a um processo de territorialização turística, que tornam o CITUR um território turístico.

²⁰³ Durante a tese também acabamos chamando todos os empreendimentos do CITUR de turísticos, pois estes são conhecidos e vendidos como tal.

10. O CITUR como Território Turístico

A partir da coleta de dados e da análise do CITUR e de suas implicações nos empreendimentos e em Colombo, podemos afirmar que a institucionalização do CITUR corresponde a um evento local, que, por sua vez, cria um novo território, ou seja, o território turístico do CITUR. Este, assim como todos os outros territórios, é carregado por intencionalidades e relações de poder. Apesar da existência da maior parte da oferta antes da criação do Circuito, o CITUR vem aglutinar os empreendedores que atuavam de forma individual. O interesse da prefeitura, o apoio de instituições regionais e a fomalização do CITUR através de normas como as do Conselho Municipal de Turismo, que faz uma avaliação preliminar para aprovar ou não a entrada de um empreendimento no Circuito, são indicadores dessa territorialização turística, que, assim como as demais territorializações, se manifesta por meio de objetos e de ações, ou seja, é material e imaterial.

Ademais, é preciso diferenciar a territorialização turística de Colombo da territorialização turística do CITUR. Podemos afirmar que existe o território turístico de Colombo, correspondente aos atrativos, empreendimentos e empreendedores de lazer e turismo de todo o município, ao poder público municipal e a outros atores endógenos e exógenos ligados ao lazer e ao turismo. Dentro do território turístico de Colombo, temos o território turístico do CITUR, que se limita aos atrativos, aos empreendimentos e aos empreendedores de lazer e turismo do CITUR, às políticas públicas e às ações do poder público municipal no que tange ao CITUR, e a outros atores endógenos e exógenos ligados ao CITUR. Antes do processo de territorialização turística do CITUR já existia um processo de territorialização turística de Colombo, porém este era tímido, pois não havia um direcionamento normativo do Estado e da iniciativa privada para a formatação de um produto turístico. Mesmo a territorialização turística do CITUR se inicia antes da normatização do Circuito, pois alguns empreendimentos que constituíram a oferta inicial do CITUR existem há muitos anos. No entanto, a formação do território turístico do CITUR é consolidada somente com a institucionalização do Circuito pelo Estado, e com a entrada de atores exógenos do poder público (planejadores, consultores, técnicos) e privado (empreendedores, operadores, agências). Apesar de a territorialização turística de Colombo ser mais ampla que a do CITUR, não resta dúvida de que o CITUR foi o grande impulsionador da territorialização turística no município. O próprio Conselho Municipal de Turismo foi criado a partir das necessidades de normatização e organização do CITUR, e atuou majoritariamente com ações em torno da estruturação e divulgação do CITUR.

Cabe ressaltar que, dentro do território do CITUR, existem diversos subterritórios, pois cada empreendimento se apresenta como um território específico, onde, teoricamente, predominam as intencionalidades dos seus proprietários/administradores. Dentro de cada um destes territórios predominam relações de poder, e estas têm influência nas decisões e nas ações coletivas em torno do CITUR.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A complexa dinâmica atual do espaço geográfico exige dos geógrafos abordagens que permitam transitar entre as escalas espaciais e apreender a interdependência entre estas. Mesmo sabendo que as escalas geográficas correspondem a representações sociais, um dos desafios da Geografia contemporânea está em articular o local ao global, pois a influência de objetos e das ações característicos da globalização e manifestados na forma de verticalidades nos lugares é inevitável.

Ao buscarmos um aporte teórico-metodológico para este trabalho, acabamos por nos identificar com a abordagem e o arcabouço conceitual proposto por Milton Santos em seu livro de 1996. Em sua longa e louvável trajetória para apreender a produção do espaço, Santos atribui grande relevância às técnicas e, ao focar a globalização como um fenômeno que conduz a diversas transformações espaciais, o autor sugere aos geógrafos que direcionem suas pesquisas aos lugares, pois todos eles estão sujeitos à influência da racionalidade técnica global.

Na difícil tentativa de dialogar com a teoria e os conceitos de Santos, procuramos aplicar alguns conceitos para o recorte da pesquisa, bem como para a interpretação das informações empíricas em torno do Circuito Italiano de Turismo Rural (CITUR). Apesar da dificuldade em empirizar os conceitos de verticalidades, horizontalidades e intencionalidades, percebemos a relevância destes, bem como a complexidade e a aplicabilidade da proposta teórico-metodológica de Milton Santos.

Ademais, procuramos realizar uma reflexão geográfica sobre a relação entre Geografia e Turismo, e sobre o turismo rural na agricultura familiar, considerando as novas possibilidades e os desafios para o espaço rural e para a agricultura familiar. A partir de uma revisão bibliográfica em torno desses temas, pudemos direcionar nosso olhar sobre a gênese e o desenvolvimento do CITUR, procurando relacionar teoria e práxis.

No que tange especificamente ao Circuito Italiano de Turismo Rural (evento pesquisado) em Colombo (lugar da pesquisa), percebemos que a maior parte dos empreendimentos vinculados ao CITUR não são de propriedade de agricultores familiares e nem por ele administrados, mas sim por pequenos e médios empresários de Colombo e de Curitiba, que, muitas vezes, não possuem uma identidade com o lugar e com o espaço rural. Esse fato demonstra que há uma apropriação do Estado e de outros atores sociais (políticos, empresários, marqueteiros) da retórica do “turismo rural na agricultura familiar”.

Apesar de ser criado a partir de uma oferta concentrada em unidades rurais familiares, o CITUR foi incorporando empreendimentos que não são representativos da agricultura familiar, que são administrados como mais um negócio, e que acabam usando o estereotipado imaginário rural da sociedade urbana para a obtenção de lucros. Além disso, em todo estado do Paraná, houve uma flexibilização dos critérios para classificar um agricultor familiar a partir da promulgação da Lei Estadual nº. 361/2005. Portanto o próprio

Estado acaba contribuindo para a apropriação de recursos da agricultura familiar por parte de empresários, e para a distorção e enfraquecimento da agricultura familiar.

Ao incentivar o turismo rural na agricultura familiar, o governo federal também vem flexibilizando os critérios para definir o agricultor familiar, e, portanto, permitindo a inserção de outros atores nos benefícios gerados pelas políticas públicas.

Como já colocamos no decorrer desse trabalho, a proposta de turismo rural na agricultura familiar não deixa de ser interessante, pois poderia ser uma atividade complementar a outras atividades agropecuárias desenvolvidas nas UPVFs, que valorizaria a agricultura familiar, as atividades agrícolas e paraagrícolas já existentes e o modo de vida das famílias rurais; contribuiria para o resgate e valorização de manifestações históricas e culturais locais por parte de sua população; e também poderia conduzir a um uso menos depredatório dos recursos naturais das UPVFs. Assim, o turismo rural na agricultura familiar estaria contribuindo para fortalecer a autonomia dos agricultores familiares, as horizontalidades, e as contra-racionalidades frente à racionalidade hegemônica global.

Todavia, o caso de Colombo, bem como o de outros casos pesquisados no Brasil e em outros países, vem demonstrando que o turismo rural na agricultura familiar não tem como maior beneficiário o agricultor familiar e o lugar, mas, sim, outros atores disseminadores de verticalidades, geralmente exógenos e sem vínculos com o lugar e muito menos com a agricultura familiar.

Entendemos que o maior problema em relação ao turismo rural na agricultura familiar ocorre a partir do momento em que se inicia a operacionalização deste, pois os atores responsáveis pelo planejamento e gestão do TRAF atuam, mesmo que inconscientemente, a partir de uma lógica economicista/mercantil, que propaga a especialização, a competitividade e o crescimento ilimitado.

A capacitação do agricultor familiar para o turismo nos moldes como vem sendo feita em todo o país, isto é, sob forte influência do *trade* turístico, exige dos agricultores a incorporação de valores e de conhecimentos para administrar sua propriedade como uma empresa. A forma de capacitação vigente, dominada pela lógica do *trade* turístico, não contribui para a autonomia dos agricultores familiares. Ela pode ampliar a renda, mas cria uma crescente dependência normativa, política e técnica.

Entendemos que a propagada necessidade de modernização da agricultura familiar, se fundamenta na perspectiva de ampliação e de intensificação das relações capitalistas por parte dos agricultores. Apesar de inevitável tanto na Europa, como posteriormente no Brasil, essa modernização da agricultura familiar não vem contribuindo para a autonomia do agricultor familiar, e tende a desencadear uma série de transformações no rural brasileiro.

Em primeiro lugar, essa modernização dos agricultores familiares pode parecer economicamente vantajosa em curto prazo, todavia certamente estará ampliando a subordinação destes em relação às empresas transnacionais e ao capital financeiro. Além

disso, transformar unidades de exploração familiar, que possuem características rurais, em empresas, parece ser uma proposta que ignora totalmente os valores culturais do homem do campo, e que, certamente, implicará alterações no tecido social e cultural (sobretudo nas relações intrafamiliares), bem como em ações geradoras de impactos ambientais nos ecossistemas.

Não é nossa intenção ser contra mudanças no modo de vida do agricultor familiar, pois não é mantendo-o estático, como um resquício histórico, uma rugosidade, que este conseguirá garantir uma relativa autonomia. Acreditamos, contudo, que não é seguindo modelos de desenvolvimento prontos e ultrapassados que avançaremos em direção a um desenvolvimento que respeite a diversidade de situações e realidades existentes na estrutura agrária e na agricultura familiar do Brasil.

Em virtude da exigência de lucros crescentes e de uma lógica de competitividade propagada pelo *trade* turístico e adotada pelo Estado, há uma forte tendência de o agricultor familiar reduzir suas atividades agropecuárias e até de abandonar tais atividades. Por conseguinte, o turismo rural na agricultura familiar pode, ao contrário da retórica predominante, ser um fator de redução da autonomia e de aumento da dependência do agricultor familiar ao mercado, não contribuindo para o fortalecimento da agricultura familiar, mas, sim, para seu enfraquecimento.

Apesar de considerarmos pertinente a iniciativa de criação do PNTRAF a nível nacional, temos a impressão de que o governo federal está impondo mais uma política pública, sem ater-se aos desdobramentos e impactos desta. Se o PNTRAF e outras ações estivessem contribuindo para a autonomia dos agricultores familiares, essa iniciativa de criação de uma política pública nacional para o turismo rural na agricultura familiar seria extremamente válida. Ocorre, contudo, que, além da forte influência das verticalidades nos lugares, e das brechas nas leis de apoio ao TRAF, percebemos que faltam estudos mais detalhados sobre a realidade dos lugares e suas potencialidades, assim como um trabalho de base com as comunidades envolvidas, que permitam a estas planejarem e gerirem o turismo a partir da valorização e do fortalecimento do espaço banal, ou seja, do espaço vivido no cotidiano.

Entendemos que o turismo rural não se constitui em uma fórmula mágica, que pode ser aplicada em todos os lugares e da mesma forma, a partir das diretrizes do *trade* turístico. Além disso, as políticas públicas setoriais precisam estar integradas dentro de um programa geral de governo, pois é comum encontrar contradições entre políticas públicas setoriais, como no caso da agricultura e meio ambiente, e do desenvolvimento agrário com o turismo.

No plano regional, o turismo é uma alternativa viável para RMC, haja vista sua fragilidade ambiental e a grande demanda turística em potencial. A infra-estrutura já existente e o alto fluxo de pessoas em Curitiba permitem aos demais municípios da RMC apostarem no turismo como um vetor de desenvolvimento local. A nossa maior crítica

reside, porém, na forte influência do *trade* turístico na operacionalização de projetos turísticos, influência que imprime/instensfica um modelo desenvolvimentista, amplamente favorável aos atores hegemônicos do capitalismo globalizado. As próprias instituições governamentais paranaenses incorporam a lógica economicista do *trade*, de modo que as políticas públicas de turismo acabam favorecendo as verticalidades.

Como procuramos demonstrar, essa influência das verticalidades ocorre em ações provenientes de diversas escalas espaciais, seja a global, a nacional, a estadual, a regional e até a municipal. Esse predomínio de valores como o individualismo, a competitividade e a ganância prejudica as parcas demonstrações de solidariedade, de coletividade e de respeito à biodiversidade e à herança cultural, ainda existentes.

As distintas intencionalidades das instituições envolvidas com o Anel de Turismo da RMC e com o Circuito Italiano de Turismo Rural (CITUR) podem até se mostrar distoantes na retórica, mas se combinam nas ações, haja vista que, na implantação/materialização do projeto do CITUR, predominam os interesses econômicos e a lógica de desenvolvimento turístico ditada pelo *trade*, por sua vez comandado pelas corporações transnacionais.

Apesar de ser concebida por técnicos de órgãos do governo estadual e regional, sob forte influência federal e global, e, portanto, não considerar as opiniões e interesses da população dos municípios envolvidos, a proposta de incentivo ao turismo na RMC é válida, podendo fortalecer o turismo como atividade econômica que contribui para a conservação dos recursos ambientais, se comparada com atividades agrícolas e industriais. Sabemos que o turismo pode gerar menos problemas ambientais que outras atividades, porém é preciso ressaltar que o turismo também apresenta impactos socioambientais, impactos que devem ser considerados, levantados e mitigados. Nesse sentido, mesmo vendo tal iniciativa como positiva frente à *situação* geográfica da pesquisa, acreditamos que não basta criar uma política pública pensada de cima para baixo, que objetive fazer do turismo uma nova e promissora atividade para os municípios da RMC.

Em nossa opinião, é preciso um trabalho de base com a população local, que leve em consideração a heterogeneidade dessa população (composta por diversos atores sociais com intencionalidades distintas), e que esclareça as vantagens e os riscos da chegada do turismo. Para a realização dessa ponte com a população, faz-se necessário um comprometimento do poder público com a busca de benefícios para a coletividade, garantindo a participação popular na discussão, definição de objetivos em comum, planejamento, gestão e regulação da atividade turística. É preciso definir quais são os objetivos em comum a serem atingidos, quem devem ser os beneficiários com os projetos turísticos, e buscar, por meio das ações combinadas, atingir tais objetivos. Daí, a

importância da organização regional e de cada município, para a formação de espaços de diálogo e definição de metas, como no caso dos Conselhos Municipais de Turismo.²⁰⁴

No plano local (CITUR), percebemos que os atores mais articulados politicamente e que administram seus empreendimentos a partir de uma lógica mercantil, são os maiores beneficiários do CITUR, os principais vetores de verticalidades dos atores hegemônicos globais, e aqueles que costumam fazer predominar suas intencionalidades, seja por meio da retórica ou mesmo de votações. A busca por crescimento e lucro conduz a uma disputa de intencionalidades e visões em torno do desenvolvimento do CITUR, e acaba influenciando a percepção dos agricultores familiares com empreendimentos, e suas próprias intencionalidades. Assim, os empreendedores-empresários²⁰⁵, influenciam os agricultores familiares a adotarem ou intensificarem uma racionalidade mercantil, que propaga o turismo como negócio e o agricultor como empresário com múltiplas tarefas. Essa racionalidade não pode ser generalizada, sendo mais aguçada em alguns agricultores familiares, enquanto em outros ainda não é predominante.

No conjunto dos agricultores familiares, verificamos também a força de suas estratégias no direcionamento da UPVF, e na aceitação ou não dessa racionalidade hegemônica vertical. Apesar de a maioria ter tido aumento na renda familiar, mesmo que em graus diferentes, alguns já sentiram efeitos negativos da inserção no CITUR, e vêm abdicando de maiores lucros ao priorizar aspectos de qualidade de vida da família, como tempo livre para descanso e outras atividades.

Os resultados da pesquisa empírica também permitem confirmar alguns aspectos que já foram colocados no debate teórico, como o predomínio de agentes externos à agricultura familiar em um circuito de turismo rural que vende o turismo como algo que beneficia e valoriza as práticas agropecuárias e o modo de vida do agricultor familiar; e o discurso da sustentabilidade contrastado com diversos empreendimentos que somente têm por objetivo o retorno econômico, não tendo preocupações com questões como a conservação ambiental, o acesso ao lazer pelos residentes, e uma melhor distribuição dos lucros advindos do turismo.

Ao contrário das abordagens de Silveira (2001), Nitsche (2000) e Nascimento e Beltrão (2002 e 2004), que enfatizam os resultados e as perspectivas positivas do CITUR e quase não se atêm aos impactos negativos, procuramos desenvolver uma reflexão crítica e comprometida com as diversas facetas do CITUR, tendo como foco as implicações do Circuito nos agricultores familiares envolvidos. Assim percebemos, com essa pesquisa, que o CITUR não vem priorizando a qualidade de vida dos agricultores familiares e a ampliação da oferta de lazer para a população de Colombo. Ao invés disso, os maiores beneficiários do

²⁰⁴ Mesmo considerando a relevância dos Conselhos Municipais de Turismo, entendemos que há muito que se avançar no que diz respeito ao funcionamento e representatividade dos CMTs. Além da necessidade de compromisso do poder público municipal com o CMT, é preciso legitimar um processo participativo e democrático, efetivando a participação da sociedade direta e indiretamente envolvida.

CITUR vêm sendo os empreendedores externos e mais capitalizados, e a maior parte dos visitantes não são provenientes de Colombo.

Os empreendimentos de agricultores familiares têm na venda direta de seus produtos, a principal atividade ligada ao turismo. Para eles, o turismo vem contribuindo para o aumento das vendas, e não foram necessárias muitas adequações para a comercialização. Em muitos casos, a venda direta já era feita antes do Circuito Italiano de Turismo Rural.

Nos empreendimentos que já existiam antes da criação do CITUR, como hotéis-fazenda e restaurantes, o Circuito não mudou muita coisa, pois não houve um acréscimo significativo da demanda e, conseqüentemente, não houve necessidade de novos funcionários e investimentos. Já nos empreendimentos criados após o CITUR, percebemos consideráveis benefícios econômicos, pois estes procuraram vincular sua oferta às características presentes no *marketing* do Circuito.

Até 2004, percebíamos nas entrevistas que os agricultores familiares envolvidos no Circuito estavam satisfeitos, enquanto aqueles empresários que objetivam unicamente o lucro diziam que a prefeitura fazia pouco e deveria dar mais apoio para aumentar o número de visitantes. Isso demonstra que a prefeitura parecia priorizar os pequenos agricultores no Circuito. Depois, no entanto, com a mudança na equipe responsável pelo CITUR na prefeitura, ocorreu um relativo abandono do acompanhamento direto nos empreendimentos, sobretudo nas UPVFs.

Faz-se necessário um melhor planejamento do turismo em Colombo, e a garantia de uma gestão participativa com os empreendedores e representantes da sociedade local. Reafirmamos a necessidade de se estabelecerem objetivos em comum e de procurar mostrar para todos os munícipes a importância do CITUR para Colombo.

Acreditamos que o agricultor familiar precisa conhecer as conseqüências da entrada no ramo do turismo, pois, caso ele entre, terá que ter demanda e se preparar para a recepção, além de, preferencialmente, ter que manter a propriedade produtiva. Acima de tudo defendemos, porém, que ele dever ter a possibilidade de decidir sobre seu futuro e de organizar a gestão de sua UPVF. O agricultor familiar deve ter um apoio técnico que não imponha o que e como ele tem que fazer. Ele deve ser protagonista do seu desenvolvimento, tendo a possibilidade de adquirir conhecimentos alternativos, que efetivamente melhorem sua qualidade de vida. O foco do desenvolvimento deve estar nas pessoas e não no dinheiro. Para tanto, as políticas públicas precisam apoiar o protagonismo da sociedade local na definição dos rumos de seu desenvolvimento, e na luta contra as verticalidades impostas pela racionalidade global.

A autonomia do agricultor familiar também passa pelo seu poder de decisão das ações a realizar no que diz respeito ao lazer e ao turismo. Além da gestão geral da propriedade, a família deve optar pelo que quer oferecer, quando e como. Algumas práticas básicas de

²⁰⁵ Estamos chamando de empreendedores-empresários aqueles com maior visão empresarial.

higiene, atendimento e cortesia são necessárias, mas a família não deve sucumbir às normas ditadas pelas instituições que costumam “capacitar” os agricultores para o turismo, haja vista que tal capacitação, não vem sendo feita com foco na autonomia dos agricultores familiares envolvidos com o turismo rural.

Na visão do *trade*, o agricultor deve se adaptar para o turismo e ser totalmente subserviente ao turista, pois é o mesmo que garante parte de sua renda. Entendemos que, ao modificar suas atividades, valores e costumes para agradar os turistas, o agricultor acaba perdendo parte de sua identidade e de seu modo de vida, que, muitas vezes, são propagados pelo próprio *trade* como atrativos turísticos. Defendemos, portanto, que o turista, antes de entrar em uma propriedade rural, tenha acesso à informação sobre normas básicas de respeito e convívio com a família.

Outro aspecto a ressaltar, diz respeito a uma metamorfose nas atividades e nas relações dos agricultores familiares envolvidos com o turismo, de modo que alguns destes estão aos poucos abandonando suas práticas agrícolas para trabalhar nos serviços decorrentes do atendimento de turistas. Assim, muitos agricultores vêm se transformando em pequenos empresários do turismo, passando a ter que seguir as normas do setor turístico, bem distintas daquelas referentes às atividades produtivas agrícolas.

Acreditamos que os agricultores familiares não devem buscar o padrão de conforto exigido pelos urbanos, mas, sim, afirmar seu modo de vida e buscar o seu conforto para compartilhá-lo com os visitantes. O turismo rural na agricultura familiar deve ter como foco o agricultor familiar e a melhoria da qualidade de vida das famílias rurais, e não os gostos, muitas vezes fúteis, dos turistas.

Weissbach (2005, p. 299) reforça nossa afirmação, ao colocar que

Para evitar o confronto com o visitante que se julga superior, as comunidades visitadas podem ser educadas no sentido de respeitar os valores estranhos aos seus e, ao mesmo tempo, enfatizar o valor de sua cultura, de modo a afirmar-se nem como inferior, nem tampouco como superior àquele que chega.

O autor ainda conclui:

Fazer a população local crer que é a sua cultura que provoca a visita e que seu modo de viver simples e rústico atrai as pessoas é fundamental para garantir uma manutenção cultural aliada a práticas econômicas que garantam a melhoria da vida no meio rural. (p. 300)

Além disso, entendemos que adaptar o meio rural aos padrões do *trade* turístico ou às expectativas da população urbana é mascarar esse meio rural para comercializá-lo, e não mostrar o que realmente faz parte da vida das famílias rurais. Caso as ações em torno do turismo rural continuem seguindo a lógica vigente, o alerta de Weissbach (2005), de que existirá uma cultura para exibir para o turista e outra para o viver cotidiano, se concretizará.

A participação das comunidades tradicionais é fundamental em todas as etapas relacionadas ao desenvolvimento do turismo na escala local, ou seja, na concepção,

planejamento, gestão e monitoramento da atividade turística. Consideramos, porém, que qualquer tipo de atuação na escala local não deixa de depender de diretrizes macroestruturais do sistema capitalista, pautadas no crescimento econômico e na concentração da riqueza. Assim, apesar da importância e dos esforços no sentido de promover um turismo com base local que objetive a sustentabilidade, existem obstáculos e normas que vão além da esfera local (políticas públicas estaduais, nacionais e globais, questões geopolíticas, determinações do mercado e do capital financeiro, etc.) que dificultam e impossibilitam as iniciativas de um turismo sustentável.

Apesar de estarmos distantes de um turismo sustentável, tanto teoricamente como na prática, são válidos e necessários os esforços reflexivos e operacionais em busca de um turismo menos impactante, que possa contribuir para a conservação ambiental e a melhoria na qualidade de vida em lugares com abundância de recursos naturais, paisagísticos e culturais.

Não há como negar que o turismo é uma atividade que necessita de uma qualidade ambiental mínima para ser desenvolvida, e, portanto, apresenta preocupações com a conservação de paisagens e com manifestações culturais locais. É preciso, contudo, compreender quem vem se beneficiando com esse “turismo alternativo/sustentável”, e de que forma ele vem modificando o espaço geográfico, os diversos lugares onde se insere, e o modo de vida das populações residentes.

Para finalizar, procuramos responder, de forma sucinta, as principais questões teóricas levantadas no início da pesquisa. Entendemos que, no decorrer dessa tese, levantamos elementos que permitiram responder a tais questões, porém cabem alguns apontamentos finais.

- O turismo rural na agricultura familiar fortalece a agricultura familiar ou apenas a utiliza como objeto de consumo?

Apesar de alguns agricultores familiares envolvidos com o turismo conseguirem obter benefícios econômicos e melhorarem sua qualidade de vida a partir da atividade, e apesar de os visitantes poderem ter um contato maior com os agricultores familiares, o *trade* turístico vê no turismo rural e, conseqüentemente, em suas submodalidades como o turismo rural na agricultura familiar, novas oportunidades de lucros. A forma como o turismo rural na agricultura familiar vem sendo operacionalizado desencadeia, portanto, mudanças na vida dos agricultores familiares e em suas práticas, transformando-os em objetos de consumo para os turistas.

Desta forma, ao invés de valorizar e fortalecer a agricultura familiar, o turismo vem se constituindo como mais um fator responsável pela substituição da agricultura por outras atividades não agrícolas, que, muitas vezes, reduzem a autonomia dos agricultores familiares e não fortalecem a agricultura familiar.

- O agricultor familiar é um ator ativo no planejamento e na gestão do turismo no meio rural ou somente é usado como algo pitoresco e diferente pelo *trade* turístico?

A análise do CITUR mostrou que a participação ativa no planejamento e na gestão do turismo depende da inserção política e econômica do agricultor familiar. Assim, mesmo os agricultores com maior participação nos fóruns de decisão coletivos dificilmente se posicionaram com proposições e opiniões contundentes. Na análise das atas do CMT quase não percebemos a posição dos agricultores familiares envolvidos com o CITUR. Assim, a existência de agricultores familiares é fundamental para justificar o turismo rural como atividade que contribui para o desenvolvimento rural e melhoria da qualidade de vida de seus habitantes, para obter recursos públicos, e para vender a imagem de um turismo que valoriza a cultura e o ambiente local, e que se diz sustentável, no entanto o agricultor familiar não vem sendo protagonista de seu desenvolvimento nos fóruns coletivos de decisão, apesar de ter alguma autonomia na UPVF.

- O turismo no meio rural é uma criação da sociedade capitalista urbano-industrial que invade o “rural” ou é uma atividade que vem sendo pensada pelos agricultores e moradores das áreas rurais?

Mesmo percebendo a importância das estratégias dos agricultores familiares e suas famílias na gestão da UPVF e no direcionamento do turismo (fatos que indicam uma relativa autonomia destes), a idéia de criar um circuito turístico vem das esferas municipal e estadual do poder público, a partir de diretrizes nacionais e globais, que disseminam o turismo como ideologia de desenvolvimento e criam incentivos para sua implantação. É a partir daí que a influência das verticalidades é ampliada. Vimos que a oferta de produtos e de atividades nas UPVFs já existia antes da institucionalização do CITUR, porém o CITUR se materializa como produto turístico a partir da organização e normatização pelo Estado.

- É possível falar em um turismo sustentável?

Pelo exposto no Capítulo III e pelas constatações empíricas das implicações do turismo nos empreendimentos do CITUR, não podemos afirmar que exista um turismo sustentável em Colombo ou mesmo em qualquer outra destinação. Sabemos da importância de se buscarem formas de turismo sustentáveis, assim como outras práticas sustentáveis nos mais variados setores produtivos, econômicos e sociais, porém a retórica do turismo sustentável vem servindo muito mais a intencionalidades econômicas do que a ações inovadoras e realmente sustentáveis a médio e longo prazo.

No caso do CITUR, verificamos que este não conduziu a grandes ações em torno da sustentabilidade nas UPVFs e outros empreendimentos, apesar da valorização de manifestações culturais da população local. Todavia, como estratégia regional de uso menos degradador dos recursos naturais (se comparado à industrialização), o turismo se apresenta como uma importante atividade econômica para a Região Metropolitana de

Curitiba. Nesse sentido, são válidos os esforços para a implantação de circuitos turísticos na RMC, porém estes devem trazer benefícios para a população residente na região.

- É válido o discurso de que o turismo rural na agricultura familiar pode ser sustentável?

Comparando o turismo rural na agricultura familiar com outras formas de turismo, podemos afirmar que essa modalidade tem um forte potencial de conscientização ambiental, cultural e social em torno da importância da agricultura familiar para o Brasil, e da necessidade de respeito à diversidade e à população do campo. Se o agricultor familiar estiver no centro do turismo rural na agricultura familiar, é possível que o turismo possa fortalecê-lo, pois este tem a oportunidade de demonstrar seu modo de vida, seus valores, atividades e tradições.

Ademais, preferimos não utilizar o termo *sustentável* em virtude de todo o debate teórico exposto, porém, caso os agricultores familiares sejam protagonistas do planejamento e gestão do turismo, e também os maiores beneficiários deste, é possível tornar o turismo um *vetor de desenvolvimento*.

REFERÊNCIAS

- ALENCAR, Cristina M. M. de; MOREIRA, Roberto. Campo e cidade metropolitanos: uma noção inteira para pensar o desenvolvimento humano contemporâneo. In: MOREIRA, Roberto J. (Org.). **Identidades sociais: ruralidades no Brasil contemporâneo**. Rio de Janeiro: DP&A, 2005, p. 295-316.
- ALENTEJANO, Paulo R. As relações cidade-campo no Brasil do século XXI. **Terra Livre**, São Paulo, v.2, n.21, p. 25-39, jul/dez. 2003.
- ALENTEJANO, Paulo R. Pluriatividade: uma noção válida para a análise da realidade agrária brasileira? In: TEDESCO, João C. (Org.). **Agricultura familiar: realidades e perspectivas**. Passo Fundo: UPF, 1999. p. 148-173.
- ALMEIDA, Maria G. Desenvolvimento turístico ou desenvolvimento local? algumas reflexões. In: ENCONTRO NACIONAL DE TURISMO COM BASE LOCAL, 7, 2004, Curitiba, PR. **Anais....** Curitiba, PR: UFPR/UNICENP. 2004 (CD ROM).
- ALMEIDA, Maria G. de. Refletindo sobre o lugar turístico no global. In: CORIOLANO, L. N. M. T. (Org.) **Turismo com ética**. Fortaleza: UECE, 1998. p. 122-132.
- ALVES, Heberton F. I. **Turismo e Desenvolvimento: a dimensão cultural**. Serra da Mantiqueira (MG). Santa Maria: Ed. FACOS, 2005, 210 p. (Série Dissertações em Turismo Rural, n. 10).
- AMIN, Samir. A economia política do século XX. In: ARBIX, Glauco; ABRAMOVAY, Ricardo; ZALBOVICIUS, Mauro. (Org.). **Razões e ficções do desenvolvimento**. São Paulo: Ed. UNESP, Edusp, 2001. p. 179-195.
- ANJOS, Flávio S. dos. **Agricultura familiar, pluriatividade e desenvolvimento rural no Sul do Brasil**. Pelotas: Agufpel, 2003.
- ARBIX, Glauco; ZILBOVICIUS, Mauro. Por uma estratégia de civilização. In: ARBIX, Glauco; ABRAMOVAY, Ricardo; ZALBOVICIUS, Mauro. (Orgs.). **Razões e ficções do desenvolvimento**. São Paulo: Ed. UNESP, Edusp, 2001. p. 55-69.
- BAIDAL, Josep A. I. Turismo y espacios rurales: conceptos, filosofías y realidades. **Estudios territoriales**, Buenos Aires, n. 23, p. 59-88, enero-junio, 2000.
- BARRETO, Margarita. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. Campinas: Papirus, 1995.
- BARRETO FILHO, Heitor M. et al. Ações regionalizadas de turismo rural inseridas na lógica da agricultura familiar. In: CONGRESSO INTERNACIONAL SOBRE TURISMO RURAL E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL, 5, 2006, Santa Maria. **Anais: ordenação, segmentação e regionalização do turismo em áreas rurais**. Santa Maria, RS: FACOS/UFSM, 2006. p. 142-147.
- BECKER, Bertha. (Org.). **A geografia política do desenvolvimento sustentável**. Rio de Janeiro: UFRJ. 1997.
- BECKER, Bertha. Políticas e planejamento do turismo no Brasil. In: YÁZIGI, Eduardo; CARLOS, Ana F. A.; CRUZ, Rita C. A. (Org.). **Turismo: espaço, paisagem e cultura**. São Paulo: HUCITEC, 1996. p.181-192.

BENEVIDES, Ireleno P. O lugar do turismo nas políticas públicas para o desenvolvimento: notas conceituais para uma abordagem geográfica. In: SOUZA, Maria J. (Org.). **Políticas públicas e o lugar do turismo**. Brasília: UNB; MMA, 2002. p. 99-110.

BENEVIDES, I. P. Para uma agenda de discussão do turismo como fator de desenvolvimento local. In: RODRIGUES, A. B. (Org.). **Turismo e desenvolvimento local**. São Paulo: HUCITEC, 1997. p. 24-41.

BENI, M. C. Conceituando turismo rural, agroturismo, turismo ecológico e ecoturismo. In: BARRETTO, Margarita e TAMANINI, Elizabeth. (Org.). **Redescobrimdo a ecologia no turismo**. Caxias do Sul: EDUCS, 2002. p. 31-34

BENKO, Georges. Organização econômica do território: algumas reflexões sobre a evolução no século XX. In: SANTOS, Milton; SOUZA, Maria A. de; SILVEIRA, Maria L. (Org.). **Território: globalização e fragmentação**. São Paulo: ANPUR/HUCITEC/Annablume, 2002a. p. 51-71.

BENKO, Georges. Geografia de lugar nenhum ou hioperglobalização. Breve exame do mundo pós-moderno. In: SANTOS, Milton; SOUZA, Maria A. de; SILVEIRA, Maria L. (Org.). **Território: globalização e fragmentação**. São Paulo: ANPUR/HUCITEC/Annablume, 2002b. p. 247-250.

BINSWANGER, H. C. Fazendo a sustentabilidade funcionar. In: CAVALCANTI, Clóvis (Org.). **Meio ambiente, desenvolvimento sustentável e políticas públicas**. São Paulo: Cortez / Recife: Fundação Joaquim Nabuco. 1997. p. 41-55.

BLUM, Roberto. Agricultura familiar: estudo preliminar da definição, classificação e problemática. In: TEDESCO, João (Org.). **Agricultura familiar: realidades e perspectivas**. Passo Fundo: EDUPF, 1999. p. 57-103.

BOTELHO, Eloise S.; REZENDE, Ricardo de O.; PINTO, Vicente P. S. O olhar sobre as potencialidades do turismo rural em Juiz de Fora. In: CONGRESSO INTERNACIONAL SOBRE TURISMO RURAL E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL, 5, 2006, Santa Maria. **Anais: ordenação, segmentação e regionalização do turismo em áreas rurais**. Santa Maria, RS: FACOS/UFSM, 2006. p. 210-220.

BOVO, Carlos E. O.; LOGATTO, Edson; PIMENTEL, Márcia. Turismo rural e metodologia participativa – ferramentas eficientes para o trabalho da extensão rural em busca do DS. In: CONGRESSO INTERNACIONAL SOBRE TURISMO RURAL E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL, 5, 2006, Santa Maria. **Anais: ordenação, segmentação e regionalização do turismo em áreas rurais**. Santa Maria, RS: FACOS/UFSM, 2006. p. 167-174.

BOVO, Carlos. Associativismo – o melhor caminho para o fortalecimento do turismo no espaço rural. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE TURISMO RURAL, 5, 2005, Piracicaba. **Anais: propriedades, comunidades e roteiros no turismo rural**. Piracicaba, SP: FEALQ, 2005. p. 149-154.

BRICALLI, Luiz Carlos. **Estudo das tipologias do Turismo Rural – Alfredo Chaves (ES)**. Santa Maria: Ed. Facos, 2005.

BRASIL. **Cartilha de orientação ao agricultor familiar: Turismo**. Ministério do Desenvolvimento Agrário/Rede TRAF. 2006.

BRASIL. Lei Federal nº. 11.326/2006. **Estabelece as diretrizes para a formulação da Política Nacional da Agricultura Familiar e Empreendimentos Familiares Rurais**. Disponível em <<http://www.in.gov.br/materias/xml/do/secao1/2237771.xml>>

BRASIL. **Programa Nacional de Turismo Rural na Agricultura Familiar (PNTRAF)**. Ministério do Desenvolvimento Agrário, 2004. (CD-ROM).

BRASIL. **Diretrizes para o Desenvolvimento do Turismo Rural no Brasil**. Ministério do Turismo/Secretaria de Políticas de Turismo, 2003. (documento digital).

BRASIL. Lei Complementar nº 14, de 08 de junho de 1973. Estabelece as Regiões Metropolitanas de São Paulo, Belo Horizonte, Porto Alegre, Recife, Salvador, Curitiba, Belém e Fortaleza. MEDAUAR, Odete. (Org.). **Constituição federal, coletânea de legislação de direito ambiental**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2004, p. 767.

BRASIL. **Oficina de planejamento: subsídios ao Plano Nacional de Turismo Rural**. Brasília: EMBRATUR, 1998.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 5 de Outubro de 1988**. 7ª ed. São Paulo: EDITORA ATLAS S.A., 1996.

BRAUDEL, Fernand. **História e Ciências Sociais. A longa duração**: escritos sobre história. São Paulo: Perspectiva, 1978.

BRUNHS, Heloisa T. Visitando a natureza, experimentando intensidades. In: VASCONCELOS, F. P. (Org.). **Turismo e meio ambiente**. Fortaleza: UECE, 1998. p. 152-168.

BUTLER, Richard. Sustainable tourism – looking backwards in order to progress? In: HALL, Michael e LEW, Alan. (Org.). **Sustainable tourism: a geographical analysis**. Essex, UK: Addison Wesley Longman Limited, 1998. p. 25-34.

CAMARGO, Luiz Octávio de Lima. **O que é lazer**. 3.ed. São Paulo: Brasiliense, 1999.

CAMPANHOLA, Carlos; GRAZIANO DA SILVA, José. O turismo como nova fonte de renda para o pequeno agricultor brasileiro. In: ALMEIDA, J. A. e RIEDL, M. (Org.). **Turismo rural: ecologia, lazer e desenvolvimento**. Bauru, SP: EDUSC, 2000. p. 145-179.

CANDIOTTO, Luciano Z. P. Perfil dos Empreendimentos do Circuito Italiano de Turismo Rural de Colombo – PR e Identificação dos Agricultores Familiares. In: CONGRESSO INTERNACIONAL SOBRE TURISMO RURAL E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL, 5, 2006, Santa Maria. **Anais: ordenação, segmentação e regionalização do turismo em áreas rurais**. Santa Maria, RS: FACOS/UFSM, 2006. p. 158-166.

CANDIOTTO, Luciano Z. P. Turismo Rural Sustentável e agricultura familiar: a necessidade de um enfoque para além do *devir*. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE TURISMO RURAL, 5, 2005, Piracicaba. **Anais: Propriedades, comunidades e roteiros no turismo rural**. Piracicaba, SP: FEALQ, 2005, p. 349-354.

CANDIOTTO, Luciano Z. P.; FARIAS, A. S. Heterogeneidades na configuração do lazer e turismo no meio rural em Francisco Beltrão - PR. In: SIMPÓSIO NACIONAL DE GEOGRAFIA AGRÁRIA E SIMPÓSIO INTERNACIONAL DE GEOGRAFIA AGRÁRIA, 3 e 2, 2005, Presidente Prudente. **Anais....** Presidente Prudente, SP: UNESP, 2005, (CD-ROM).

CANDIOTTO, Luciano Z. P.; CORREA, W. K. Desenvolvimento Rural Sustentável: algumas considerações sobre o discurso oficial do governo federal. **Revista Geografia**, Rio Claro, n. 29, v. 2, p. 265-280, maio/ago. 2004.

CANDIOTTO, Luciano Z. P. **Turismo eco-rural na bacia do rio Araguari-MG: uma proposta para gestão ambiental**. Dissertação (Mestrado em Geografia) - Faculdade de

Ciência e Tecnologia, Universidade Estadual Paulista – Campus Presidente Prudente, Presidente Prudente-SP. 2000. 160 p.

CANDIOTTO, Luciano Z. P.; SAQUET, Marcos A. A tecnologia, a globalização e a teorização em geografia. **Revista Formação**, Presidente Prudente: FCT/UNESP, n. 7, 2000, p. 65-76.

CANDIOTTO, Luciano Z. P. Turismo rural: uma alternativa de desenvolvimento para a agricultura familiar. In: ENCONTRO NACIONAL DE GEOGRAFIA AGRÁRIA, 14, 1998, Presidente Prudente. **Caderno de resumos**. v.1. Presidente Prudente: FCT/UNESP, 1998. p.216 - 218.

CARA, Roberto B. El turismo y los procesos de transformación territorial. In: RODRIGUES, Adyr B. (Org.). **Turismo e Geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais**. São Paulo: HUCITEC, 2001. p. 86-93.

CARLOS, Ana F. A. Seria o Brasil "menos urbano do que se calcula?". **GEOUSP Espaço e Tempo**, São Paulo, v. 13, p. 179-187, 2003.

CARLOS, Ana Fani D. A natureza do espaço fragmentado. In: SANTOS, Milton; SOUZA, Maria A. de; SILVEIRA, Maria L. (Org.) **Território: globalização e fragmentação**. São Paulo: ANPUR/HUCITEC/Annablume, 2002. p. 191-197.

CARLOS, Ana F. O turismo e a produção do não-lugar. In: YÁZIGI, Eduardo; CRUZ, Rita; CARLOS, Ana F. (Org.). **Turismo: Espaço, paisagem e cultura**. São Paulo: HUCITEC, 1996. p. 25-37.

CARLOS, Ana F. O lugar: mundialização e fragmentação. In: SANTOS, Milton; SOUZA, Maria A. A. de; SCARLATO, Francisco C.; ARROYO, Mônica. (Orgs.). **O novo mapa do mundo: fim de século e globalização**. São Paulo: HUCITEC / ANPUR, 1994. p. 303-309.

CARNEIRO, Augusto. **A história do ambientalismo**. Porto Alegre: Editora Sagra Luzatto, 2003.

CARNEIRO, Maria José. Introdução. In: MOREIRA, Roberto J. (Org.). **Identidades sociais: ruralidades no Brasil contemporâneo**. Rio de Janeiro: DP&A, 2005, p. 9-14.

CARNEIRO, Maria José e MALUF, Roberto S. Introdução. In: CARNEIRO, Maria José e MALUF, Roberto S. (Orgs.). **Para além da produção: multifuncionalidade e agricultura familiar**. Rio de Janeiro: Mauad, 2003. p. 17-27.

CARNEIRO, Maria José. agricultura, meio ambiente e turismo: desafios para uma agricultura multifuncional (Nova Friburgo, RJ). In: CARNEIRO, Maria José e MALUF, Roberto S. (Org.) **Para além da produção: multifuncionalidade e agricultura familiar**. Rio de Janeiro: Mauad, 2003a. p. 88-103.

CARNEIRO, Maria José. Agricultores familiares e pluriatividade: tipologias e políticas. In: COSTA, Luiz F. de C.; MOREIRA, Roberto J.; BRUNO, Regina. (Org.) **Mundo rural e tempo presente**. Rio de Janeiro: Mauad, 1999. p. 325-344.

CARNEIRO, Maria José. Ruralidade: novas identidades em construção. **Estudos Sociedade e Agricultura** (UFRJ), Rio de Janeiro, v. 11, p. 53-75, 1998. Disponível em <<http://www.eco.unicamp.br/nea/rurbano/textos/downlo/rurbzeze.html>>

CARNEIRO, Maria José. T. Pluriatividade no campo: o caso francês. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, São Paulo, v.11, n.32, p. 89-105, 1996.

CASTRO, Iná E. de. O problema da escala. In: CASTRO, Iná; GOMES, Paulo César e CORRÊA, Roberto Lobato (Org.). **Geografia: conceitos e temas**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1995. p. 117-140.

CAVALCANTI, Clóvis. Política de governo para o desenvolvimento sustentável: uma introdução ao tema e a esta obra coletiva. In: CAVALCANTI, Clóvis (Org.). **Meio ambiente, desenvolvimento sustentável e políticas públicas**. São Paulo: Cortez; Recife: Fundação Joaquim Nabuco, 1997. p. 21-40.

CAVALCANTI, Keila B.; HORA, Alberto S. S. Política de turismo no Brasil. **Turismo em análise**, São Paulo, v. 13, n. 2, p. 54-73. nov, 2002.

CAVACO, Carminda. Turismo rural e desenvolvimento local. In: RODRIGUES, Adyr B. (Org.). **Turismo e geografia: Reflexões teóricas e enfoques regionais**. São Paulo: HUCITEC, 3 ed., 2001. p. 94-122.

CAVALHEIRO, Letícia; DULLIUS, Paulo R.; FROEHLICH, José M. Turismo e multifuncionalidade do rural. Perfil da estrutura de hospedagem rural na região central do RS. In: CONGRESSO INTERNACIONAL SOBRE TURISMO RURAL E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL, 5, 2006, Santa Maria. **Anais: ordenação, segmentação e regionalização do turismo em áreas rurais**. Santa Maria, RS: FACOS/UFSM, 2006. p. 390-399.

CAZES, G. Turismo e subdesenvolvimento: tendências recentes. In: RODRIGUES, Adyr. (Org.). **Turismo e geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais**. São Paulo: HUCITEC, 3 ed., 2001. p. 77-85.

CHESNAIS, F. **A mundialização do capital**. São Paulo: Xamã, 1996.

COMEC (Coordenadoria da Região Metropolitana de Curitiba). **Relatório Ambiental da Região Metropolitana de Curitiba**. Curitiba: COMEC, 1999.

CONSELHO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO RURAL SUSTENTÁVEL. **Plano Nacional de Desenvolvimento Rural Sustentável**. Brasília: MDA, 2002. Disponível em <www.mda.gov.br>.

CORIOLOANO, Luzia. N. M. T.; SILVA, Sylvio B. M. Espaço, Poder e Turismo: novas configurações geográficas. In: ENCONTRO NACIONAL DE TURISMO COM BASE LOCAL, 7, 2004, Curitiba. **Anais....** Curitiba, PR: UFPR/UNICENP. 2004 (CD ROM).

CORIOLOANO, Luzia N. M. T. Turismo e organização espacial em Fortaleza. **Espaço aberto: Geografia tema para discussão**. Fortaleza: AGB, 1989.

CORONA, Hieda M. P. **As multidimensões da reprodução social da agricultura familiar na Região Metropolitana de Curitiba**. Tese (Doutorado em Meio Ambiente e Desenvolvimento Rural). UFPR, Curitiba, 2006.

CORREA, Walquíria K.; PIERUCCINI, Mariângela A. Uma nota sobre urbanidades e ruralidades no município de Cascavel. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA (ANPEGE), 6, 2005, Fortaleza. **Anais....**, Fortaleza, CE: ANPEGE. 2005 (CD-ROM).

CRISTÓVÃO, Artur. Mundo rural: entre as representações (dos urbanos) e os benefícios reais (para os rurais). In: RIEDL, Mario; ALMEIDA, Joaquim A.; VIANA, Andyara L. B. **Turismo rural: tendências e sustentabilidade**. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2002. p. 81-116.

CRUZ, Rita A. Políticas públicas de turismo no Brasil: significado, importância, interfaces com outras políticas setoriais. In: SOUZA, Maria J. (Org.). **Políticas públicas e o lugar do turismo**. Brasília: UNB; MMA, 2002. p. 25-38.

CRUZ, Rita A., e SANSOLO, Davis G. Plano Nacional do Turismo: uma análise crítica. **Caderno Virtual de Turismo**, Instituto Virtual de Turismo, v. 10, p. 1-5, 2004.

DAMASCENO. A ética burguesa do turismo. In: CORIOLANO, L. N. M. T. (Org.) **Turismo com ética**. Fortaleza: UECE, 1998. p. 43-56.

DE MOURA, José C.; OLIVEIRA, Cássio G.S.; SGAI, Marco. (Org.) CONGRESSO BRASILEIRO DE TURISMO RURAL, 2, 2000, Piracicaba. **Anais: turismo, novo caminho no espaço rural brasileiro**. Piracicaba, SP: ESALQ/USP. 2000.

DIEGUES, Antônio C. Saberes tradicionais e etnoconservação. In: DIEGUES, A. C. e VIANA, V. M. (Orgs.). **Comunidades tradicionais e manejo dos recursos naturais da mata atlântica**. São Paulo: Ed. ESALQ/USP, 2000. p. 9-22.

DREIFUSS, R. A. **A época das perplexidades, mundialização, globalização, planetarização: novos desafios**. Petrópolis: Vozes, 1996.

DUMAZEDIER, J. **Sociologia empírica do lazer**. São Paulo: Perspectiva SESC, 1999.

ECHEVERRI, R.; RIBERO, M. P. **Ruralidade , territorialidade e Desenvolvimento Sustentável: visão do território na América Latina e no Caribe**. Brasília: IICA, 2005.

ECOPARANÁ. **Anel de turismo da região Metropolitana de Curitiba**. Curitiba: Ecoparaná, 2003.

ECOPARANÁ. **Projeto de recuperação e conservação da cultura italiana no município de Colombo**. Curitiba: Ecoparaná, 2004.

ELESBÃO, Ivo. O que mudou no espaço rural com o turismo: o caso de São Martinho/SC. In: CONGRESSO INTERNACIONAL SOBRE TURISMO RURAL E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL, 5, 2006, Santa Maria. **Anais: ordenação, segmentação e regionalização do turismo em áreas rurais**. Santa Maria, RS: FACOS/UFSM, 2006. p. 638-644.

ENDRES, Ana V. As mudanças na condução política do Estado e seus reflexos nas políticas públicas de turismo: uma análise do PNMT. In: SOUZA, Maria J. (Org.). **Políticas públicas e o lugar do turismo**. Brasília: UNB; MMA, 2002. p. 179-189.

FALCÃO, José A. O turismo internacional e os mecanismos de circulação e transferência de renda. In: YÁZIGI, Eduardo; CARLOS, Ana F. A.; CRUZ, Rita C. A. (Org.). **Turismo: espaço, paisagem e cultura**. São Paulo: HUCITEC, 1996. p. 63-74.

FAO/INCRA. **Perfil da agricultura familiar no Brasil: dossiê estatístico**. Brasília: FAO/Incra, 1996.

FAO/INCRA. **Diretrizes de política agrária e desenvolvimento sustentável**. Brasília: MDA, 1994. 57 p.

FERELLI, Juan et al. Assentamento rural e agroturismo: a fábrica de queijos Brun como um exemplo de sucesso em Mato Grosso do Sul. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE TURISMO RURAL, 5, 2005, Piracicaba. **Anais Propriedades, comunidades e roteiros do turismo rural**. Piracicaba, SP: FEALQ, 2005. p. 221-226.

FERRARA, Lucrecia. Do mundo como imagem à imagem do mundo. In: SANTOS, Milton; SOUZA, Maria A. de; SILVEIRA, Maria L. (Org.) **Território: globalização e fragmentação**. São Paulo: ANPUR/HUCITEC/Annablume, 2002. p. 45-50.

FERRARA, Lucrecia D. O mapa da mina. Informação: espaço e lugar. In: SANTOS, Milton; SOUZA, Maria A. A. de; SCARLATO, Francisco C.; ARROYO, Mônica. (Org.). **O novo mapa do mundo: fim de século e globalização**. São Paulo: HUCITEC / ANPUR, 1994. p. 161-171.

FONTE, José Roberto da. **Pluriatividade no contexto da região metropolitana de Curitiba – PR.** Dissertação (Mestrado em Extensão Rural). UFPR: Curitiba, 2002.

FREITAS, Inês A. de. Novas formas de turismo no Rio de Janeiro: o exemplo da rodovia Teresópolis-Nova Friburgo. In: MARAFON, G. J.; RIBEIRO, M. F. (Org.). **Estudos de Geografia Fluminense**. Rio de Janeiro: livraria e editora infobook Ltda., 2002. p. 87-95.

FROELICH, José Marcos; RODRIGUES, Ivonete da Silva. Atividade turística e espaço agrário: considerações exploratórias sobre o município de Restinga Seca – RS. In: ALMEIDA, J. A.; FROELICH, J. M.; RIEDL, M. (Org.). **Turismo rural e desenvolvimento sustentável**. Campinas, SP: Papirus, 2000. p. 85-110.

FUNDAÇÃO TERRA. **Guia de turismo rural na agricultura familiar da Região Metropolitana de Curitiba**. Curitiba, 2003.

GALLERO, Álvaro. El impacto de la globalizacion sobre el turismo. In: RODRIGUES, Adyr. (Org.) **Turismo e Geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais**. 3 ed. São Paulo: HUCITEC, 2001. p. 33-38.

GEIGER, Pedro P. Turismo e espacialidade. In: RODRIGUES, Adyr B. (Org.). **Turismo e Geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais**. São Paulo: Hucitec, 2001. p. 55-61.

GIULIANI, Gian. M. Neo-ruralismo: o novo estilo dos velhos modelos. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, São Paulo, n.14, ano 5, out. p. 59-67. 1990.

GONÇALVES, C. W. P. Geografia política e desenvolvimento sustentável. **Terra Livre**, São Paulo: AGB, n.11-12, ago 92/ago 93, p. 9-76.

GOVERNO DO ESTADO DO PARANÁ. **Lei Estadual n. 15.143 de 31 de maio de 2006**. Atividades turísticas que especifica como atividades de “Turismo Rural na Agricultura Familiar.”

GRAÇA, Joaquim. Turismo e mundo rural: que sustentabilidade? In: RODRIGUES, Adyr (Org.). **Turismo Rural: práticas e perspectivas**. São Paulo: Contexto, 2001. p. 35-46.

GRAZIANO DA SILVA, José. Velhos e novos mitos do rural brasileiro. **Estudos Avançados**, São Paulo: Instituto de Estudos Avançados. v. 15, n. 43, p. 43-50. 2001.

GRAZIANO DA SILVA, José. O Novo Rural Brasileiro. **Revista Nova economia**, Belo horizonte. n. 7, v. 1: p. 43-81, maio 1997. Retirado de <<http://www.eco.unicamp.br/nea/rurbano/textos/congrsem/rurbano7.html>>

GRAZIANO DA SILVA, J.; VILARINHO, C.; DALE, P. J. Turismo em áreas rurais: suas possibilidades e limitações no Brasil. In: ALMEIDA, J. A.; FROELICH, J. M.; RIEDL, M. (Org.). **Turismo rural e desenvolvimento sustentável**. Campinas: Papirus, 2000. p. 15-62.

GROPPO, Luiz A. Turismo e humanização. In: CANDIOTO, Marcela F. e GROPPPO, Luiz A. (Orgs.). **Turismo: viajar, incluir humanizar**. Taubaté-SP: Cabral editora e livraria universitária, 2006, p. 15-44.

GUANZIROLI, Carlos. E. Pronaf dez anos depois: resultados e perspectivas para o desenvolvimento rural. Disponível em <http://www.anpec.org.br/encontro2006/artigos/A06A169.pdf>

GUANZIROLI, Carlos. E. **Agricultura familiar e reforma agrária no século XXI**. Rio de Janeiro: Garamond, 2001.

HAESBAERT, Rogério. **O mito da desterritorialização**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2004. 400p.

HAESBAERT, Rogério. Descaminhos e perspectivas do território. In: RIBAS, Alexandre; SPOSITO, Eliseu S.; SAQUET, Marcos A. **Território e desenvolvimento**: diferentes abordagens. Francisco Beltrão/PR: Unioeste. 2004a. p. 87-120.

HAESBAERT, Rogério. Desterritorialização: entre as redes e os aglomerados de exclusão. In: **Geografia**: conceitos e temas. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1995. p. 165-206.

HALL, Michael. **Planejamento turístico**: políticas, processos e relacionamentos. São Paulo: Contexto, 2001.

HALL, Michael. Historical antecedents of sustainable development and ecotourism: new labels on old bottles? In: HALL, Michael e LEW, Alan (Org.). **Sustainable tourism**: a geographical analysis. Essex, UK: Addison Wesley Longman Limited, 1998. p. 13-24.

HALL, Michael; LEW, Alan. The geography of sustainable tourism development: an introduction. In: HALL, Michael e LEW, Alan (Org.). **Sustainable tourism**: a geographical analysis. Essex, UK: Addison Wesley Longman Limited, 1998. p. 1-12.

HARVEY, David. (1989) **Condição pós-moderna**: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural. 10ª ed. São Paulo: Loyola, 2001.

HESPANHOL, Rosângela A. M.; COSTA, V. M. H. M. Produção familiar: perspectivas de análise e inserção na microrregião geográfica de Presidente Prudente – SP. In: **Do natural, do social e de suas interações**: visões geográficas. Rio Claro: AGETEO, 2002. p.157-172.

IANNI, Octavio. Nação: província da sociedade global? In: SANTOS, Milton; SOUZA, Maria A. de; SILVEIRA, Maria L. (Org.) **Território**: globalização e fragmentação. São Paulo: ANPUR/HUCITEC/Annablume, 2002. p. 77-84.

IANNI, Octavio. **A era do globalismo**. Rio de Janeiro: civilização brasileira, 1996.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo de 2000**. Disponível em <www.ibge.gov.br>.

INSTITUTO PARANAENSE DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL (IPARDES). Dados diversos retirados de www.ipardes.gov.br.

JASPER, Juliana R.; ROCHA, Jefferson M. O turismo no espaço rural: potencialidades e desafios para a pequena propriedade rural no vale do Taquari/RS. In: CONGRESSO INTERNACIONAL SOBRE TURISMO RURAL E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL, 5, 2006, Santa Maria. **Anais: ordenação, segmentação e regionalização do turismo em áreas rurais**. Santa Maria, RS: FACOS/UFSM, 2006. p. 84-92.

KATZINSKY, Luciana. **A análise da relação Colombo Curitiba à luz da teoria dos dois circuitos da economia urbana**. Dissertação (Mestrado em geografia). UFPR, Curitiba, 2004.

KNAFOU, Remy. Turismo e território. Para um enfoque científico do turismo. In: RODRIGUES, Adyr. (Org.). **Turismo e Geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais**. 3 ed. São Paulo: HUCITEC, 2001. p. 62-75.

LAMARCHE, Hughes. **Agricultura familiar: do mito à realidade**. Campinas: Unicamp, v.1, 1993.

LANNES, José. Turismo rural e agricultura sustentável: a experiência do circuito italiano de Colombo – PR. In: RAMOS, José Maria.; CASTILHO, Mara L. (Org.). **Agronegócio e desenvolvimento sustentável**. Francisco Beltrão: Unioeste, 2003. p. 105-120.

LEFF, Enrique. **Saber ambiental: sustentabilidade, racionalidade, complexidade, poder**. Petrópolis: Vozes, 2001.

LEFF, Enrique. **Ecologia, capital e cultura: racionalidade ambiental, democracia participativa e desenvolvimento sustentável**. Blumenau: Ed. da FURB, 2000.

LEFF, Enrique. **Ecología y capital: racionalidad ambiental, democracia participativa y desarrollo sustentable**. Madrid: Siglo veintiuno, 3ª ed, 1998.

LEIS, Hector. **A modernidade insustentável: as críticas do ambientalismo à sociedade contemporânea**. Petrópolis: Vozes: Santa Catarina: UFSC, 1999.

LEMOES, Amália I. G.(Org.) de. **Turismo: impactos socioambientais**. São Paulo: HUCITEC, 1996.

LIMA, Eli N. Novas ruralidades, novas identidades. Onde? In: MOREIRA, Roberto J. (Org.). **Identidades sociais: ruralidades no Brasil contemporâneo**. Rio de Janeiro: DP&A, 2005, p. 41-65.

LUCHIARI, Maria Tereza D. P. Turismo e território: sustentabilidade para quem? In: BARRETO, Margarita e TAMANINI, Elizabete. (Org.). **Redescobrimos a ecologia no turismo**. Caxias do Sul: EDUCS, 2002. p. 111-126.

LUCHIARI, M. T. D. P. Turismo e meio ambiente na mitificação dos lugares. In: FARIA, I. F. (Coord.). **Turismo: sustentabilidade e novas territorialidades**. Manaus: Ed. da Universidade do Amazonas, 2001, p. 17-31.

LUCHIARI, Maria Tereza D. P. Urbanização turística: um novo nexos entre o lugar e o mundo. In: SERRANO, Célia; BRUHNS, Heloisa T.; LUCHIARI, Maria Tereza D. P. (Orgs.). **Olhares contemporâneos sobre o turismo**. Campinas: Papirus, 2000. p. 105-130.

MACHADO, Ewerton V. **Florianópolis: um lugar em tempo de globalização**. Tese (Doutorado em Geografia). USP, São Paulo, 2000.

MACHADO, Ewerton V. Turismo, paisagem e ambiente: o viés do desenvolvimento sustentável – algumas notas como contribuição ao debate. In: RODRIGUES, Adyr B. (Org.). **Turismo e Ambiente**. São Paulo: HUCITEC, 1997. p. 68-78.

MALUF, Renato. A multifuncionalidade da agricultura na realidade rural brasileira. In: CARNEIRO, Maria J. e MALUF, Renato. (Org.) **Para além da produção: multifuncionalidade e agricultura familiar**. Rio de Janeiro: Mauad, 2003. p. 135-152.

MARAFON, Gláucio J. Agricultura familiar, pluriatividade e turismo rural: reflexões a partir do território fluminense. **Campo-território: revista de geografia agrária**, Uberlândia, v. 1, n. 1, fev. 2006, p. 17-60. Disponível em <<http://www.campoterritorio.ig.ufu.br/viewissue.php?id=1>>

MARCELLINO, Nelson Carvalho. **Lazer e humanização**. 4.ed. Campinas: Papirus, 2000.

MARIANI, Milton; GONÇALVES, Humberto. Turismo com Base Local: um enfoque necessário para a elaboração de uma política pública na bacia do rio Miranda em Mato Grosso do Sul. In: ENCONTRO NACIONAL DE TURISMO COM BASE LOCAL, 7, 2004, Curitiba, PR. **Anais....** Curitiba, PR: UFPR/UNICENP. 2004 (CD ROM).

MARQUES, Marta I. M. O conceito de espaço rural em questão. **Terra Livre**, São Paulo. vol. 2, n. 19, jul/dez. p. 95-112. 2002.

MARQUES, Lenita. **Ocupações e rendas da população rural e a pluriatividade nas famílias da Mesorregião Metropolitana de Curitiba, Paraná**. Dissertação (Mestrado em desenvolvimento econômico). UFPR, Curitiba, 2005.

MATTEI, Lauro. **Agricultura familiar e turismo rural: evidências empíricas e perspectivas**. Capturado de www.nead.gov.br; e publicado como artigo do mês em 11/10/2003.

MILNE, Simon. Tourism and sustainable development: exploring the global-local nexus. In: HALL, Michael; LEW, Alan (Org.). **Sustainable tourism: a geographical analysis**. Essex, UK: Addison Wesley Longman Limited, 1998. p. 25-48.

MONTIBELLER-FILHO, Gilberto. **O mito do desenvolvimento sustentável: meio ambiente e custos sociais no moderno sistema produtor de mercadorias**. Florianópolis: Ed. da UFSC, 2001.

MOREIRA, Roberto J. Ruralidades e globalizações: ensaiando uma interpretação. In: MOREIRA, Roberto J. (Org.). **Identidades sociais: ruralidades no Brasil contemporâneo**. Rio de Janeiro: DP&A, 2005. p. 15-41.

MOREIRA, R. J. Economia política da sustentabilidade: uma perspectiva neomarxista. In: COSTA, Luiz F. de C.; MOREIRA, Roberto J.; BRUNO, Regina. (Org.). **Mundo rural e tempo presente**. Rio de Janeiro: Mauad, 1999. p. 241-265.

MORAES, Cléia S.; LEITE, Juliano; SOUZA, Marcelino. O processo administrativo em empreendimentos de agroturismo em SC. In: CONGRESSO INTERNACIONAL SOBRE TURISMO RURAL E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL, 5, 2006, Santa Maria. **Anais: ordenação, segmentação e regionalização do turismo em áreas rurais**. Santa Maria: FACOS/UFSM, 2006. p. 351-360.

MUÑOZ, Estevan F. P.; NODARI, Diogo E.; ZANELLA, Liane C. H. Turismo no espaço rural dos assentamentos da reforma agrária. In: CONGRESSO INTERNACIONAL SOBRE TURISMO RURAL E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL, 5, 2006, Santa Maria. **Anais: ordenação, segmentação e regionalização do turismo em áreas rurais**. Santa Maria, RS: FACOS/UFSM, 2006. p. 132-141.

NASCIMENTO, Ednei B.; BELTRÃO, Isabelle. **Implantação de circuitos de turismo em áreas rurais nos municípios da região metropolitana de Curitiba**. (Relatório Técnico), 2002.

NASCIMENTO, Ednei B.; BELTRÃO, Isabelle. **Turismo sustentável na Região Metropolitana de Curitiba**. Curitiba: UFPR/SAF-MDA, 2004.

NICOLÁS, Daniel H. Elementos para un análisis sociogeográfico del turismo. In: RODRIGUES, Adyr B. (Org.). **Turismo e geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais**. São Paulo: HUCITEC, 2001. p. 39-54.

NITSCHKE, Leticia; SZUCHMAN, Tami. Planejamento no turismo rural. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE TURISMO RURAL, 5, 2005, Piracicaba. **Anais: propriedades, comunidades e roteiros no turismo rural**. Piracicaba, SP: FEALQ, 2005. p. 227-232.

NITSCHKE, Leticia B. **Circuito Italiano de Turismo Rural em Colombo e Bocaiúva do Sul: um enfoque avaliativo**. (Especialização em Planejamento e Gestão do Turismo) – Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2000.

NOVAES, Marlene H. Turismo no espaço rural de Santa Catarina: uma análise dos meios de hospedagem, no enfoque da gestão ambiental. In: ENCONTRO NACIONAL DE TURISMO COM BASE LOCAL, 7, 2004, Curitiba. **Anais....** Curitiba, PR: UFPR/UNICENP. 2004 (CD ROM).

NOVAES, Carla A. Turismo rural e agroturismo diferenciado de turismo em espaço rural: uma proposta. In: CONGRESSO INTERNACIONAL SOBRE TURISMO RURAL E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL, 4, 2004, Joinville. **Anais.....** Joinville: IELUSC, 2004. (CD ROM).

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **Guia de desenvolvimento do turismo sustentável**. Porto Alegre: Bookman, 2003.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **Desenvolvimento do turismo sustentável: Manual para organizadores locais**. Publicação de Turismo e Ambiente, 1996.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **National and regional tourism planning: methodologies and case studies**. London: Internacional Thomson business press, 1994.

ORTEGA, Graciela U.; LÓPEZ, Silvana L. Globalização e fragmentação. O papel da cultura e da informação. In: SANTOS, Milton; SOUZA, Maria A. A. de; SCARLATO, Francisco C.; ARROYO, Mônica. (Org.). **O novo mapa do mundo: fim de século e globalização**. São Paulo: HUCITEC / ANPUR, 1994. p. 172-187.

OURIQUES, Helton. **A produção do turismo: fetichismo e dependência**. Campinas: Alínea, 2005.

OURIQUES, Helton O urbano como libertação – uma leitura sobre Lefebvre. **Revista Formação**, Presidente Prudente. n. 8, p. 123-130. 2002.

PEREIRA, Cássio A. S. Políticas públicas no setor de Turismo. **Turismo em análise**, São Paulo, v. 10, n. 2. p. 7-21, nov. 1999.

PIRES, P. A paisagem litorânea como recurso turístico. In: YÁZIGI, Eduardo; CRUZ, Rita; CARLOS, Ana F. (Org.) **Turismo: espaço, paisagem e cultura**. São Paulo: HUCITEC, 1997. p. 161-179.

PLACE, Susan. How sustainable is ecotourism in Costa Rica? In: HALL, Michael e LEW, Alan (Org.). **Sustainable tourism: a geographical analysis**. Essex, UK: Addison Wesley Longman Limited, 1998. p. 109-118.

PRESVELOU, Clio. Ações inovadoras em turismo rural. In: ALMEIDA, J. A.; FROELICH, J. M.; RIEDL, M. (Org.). **Turismo rural e desenvolvimento sustentável**. Campinas, SP: Papirus, 2000. p. 143-162.

POCHMANN, Márcio. Globalização e emprego. In: ARBIX, Glauco; ABRAMOVAY, Ricardo; ZALBOVICIUS, Mauro. (Org.). **Razões e ficções do desenvolvimento**. São Paulo: Ed. UNESP, Edusp, 2001. p. 237-266.

PORTO, M. S. G.; SIQUEIRA, D. E. A. A pequena produção no Brasil: entre os conceitos teóricos e as categorias empíricas. **Cadernos de Sociologia**, Porto Alegre: PPGS/UFRGS, v.6, 1994, p. 76-89.

PORTUGUEZ, Anderson P. **Agroturismo e desenvolvimento regional**. São Paulo: Hucitec, 1999.

PREFEITURA MUNICIPAL DE COLOMBO. **Inventário da oferta turística de Colombo**. 2003.

PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS SOBRE MEIO AMBIENTE (PNUMA). 1987, Bruxelas. **Nosso Futuro Comum**. Rio de Janeiro: FGV, 1988.

RAFFESTIN, Claude. **Por uma Geografia do poder**. São Paulo: Ática, 1993.

RAMONET, Ignacio. **Geopolítica do caos**. Petrópolis: Vozes, 1999.

RATTNER, Henrique. Globalização e projeto nacional. In: SANTOS, Milton; SOUZA, Maria A. de; SILVEIRA, Maria L. (Org.) **Território: globalização e fragmentação**. São Paulo: ANPUR/Hucitec/Annablume, 2002. p. 102-107.

RATZEL, Fridrich. Geografia do homem (Antropogeografia). In: MORAES, Antonio Carlos. **Ratzel**. São Paulo: Ática, 1990. p. 32-107.

REDE TRAF. **Documento final da plenária da primeira oficina da rede TRAF**. Brasília: rede TRAF, 2001. (documento digital).

RÉMY, Jacques. Os contratos territoriais de estabelecimento ou a conversão inacabada. CARNEIRO, Maria J. e MALUF, Renato. (Org.) **Para além da produção: multifuncionalidade e agricultura familiar**. Rio de Janeiro: Mauad, 2003. p. 153-168.

RIBAS, Alexandre et al. Considerações sobre a geografia e o conceito de território em Friedrich Ratzel. **Revista Faz Ciência**, Francisco Beltrão, v. 5, n. 1, p. 159-174, 2003.

RIBEIRO, Ana C. T. Mutações na sociedade brasileira: seletividade em atualizações técnicas da cultura. In: SANTOS, Milton; SOUZA, Maria A. A. de; SCARLATO, Francisco C.; ARROYO, Mônica. (Org.). **O novo mapa do mundo: fim de século e globalização**. São Paulo: HUCITEC / ANPUR, 1994. p. 151-160.

RIBEIRO, Manuela. Turismo rural em Portugal: dos seus protagonistas principais e da sua configuração. In: ALMEIDA, Joaquim; FROEHLICH, José M.; RIEDL, Mário. (Org.). **Turismo rural e desenvolvimento sustentável**. Campinas: Papirus, 2000. p. 209-238.

RODRIGUES, Arlete M. Desenvolvimento sustentável e atividade turística. In: SERRANO, Célia; BRUHNS, Heloisa T.; LUCHIARI, Maria Tereza D. P. (Org.). **Olhares contemporâneos sobre o turismo**. Campinas: Papirus, 2000. p. 171-188.

RODRIGUES, Arlete M. Turismo e sustentabilidade. **Revista Geografia**, Campo Grande, n. 9, p. 47-54, 1999.

RODRIGUES, Arlete M. Desenvolvimento sustentável e atividade turística. In: RODRIGUES Adyr B. (Org.). **Turismo desenvolvimento local**. São Paulo: HUCITEC, 1997. p. 42-54.

RODRIGUES, Arlete M. A produção e o consumo do espaço para o turismo e a problemática ambiental. In: YÁZIGI, Eduardo; CARLOS, Ana F. A.; CRUZ, Rita C. A. (Org.). **Turismo: espaço, paisagem e cultura**. São Paulo: HUCITEC, 1996. p. 55-62.

RODRIGUES, Adyr B. Turismo e territorialidades plurais— lógicas excludentes ou solidariedade organizacional. In: LEMOS, Amália I.; ARROYO, Monica; SILVEIRA, Maria L. (Org.). **América Latina: cidade, campo e turismo**. São Paulo: CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, 2006. Disponível em <<http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/edicion/lemos/17rodrigu.pdf>>

RODRIGUES, Adyr. Desenvolvimento com base local como bandeira de uma política de emancipação e afirmação. In: SOUZA, Maria J. (Org.). **Políticas públicas e o lugar do turismo**. Brasília: UNB; MMA, 2002. p. 13-24.

RODRIGUES, Adyr B. (Org.) **Turismo rural: práticas e perspectivas**. São Paulo: Contexto, 2001.

RODRIGUES, Adyr B. Turismo rural no Brasil: ensaio de uma tipologia. In: ALMEIDA, J. A. e RIEDL, M. (Org.). **Turismo rural: ecologia, lazer e desenvolvimento**. Bauru: EDUSC, 2000. p. 51-68.

RODRIGUES, A B. Turismo local: oportunidades para inserção. In: RODRIGUES, A B. (Org.). **Turismo e desenvolvimento local**. São Paulo: HUCITEC, 1997. p. 55-64.

RODRIGUES, Adyr B. **Turismo e espaço: rumo a um conhecimento transdisciplinar**. São Paulo: HUCITEC, 1997a.

RODRIGUES, Adyr B. (Org.). **Turismo e Ambiente**. São Paulo: HUCITEC, 1997b.

RUA, João. A resignificação do rural e as relações cidade-campo: uma contribuição geográfica. **Revista da ANPEGE**, n. 2, 2005, p. 45-66.

RUA, João. Urbanidades e novas ruralidades no Estado do Rio de Janeiro: algumas considerações teóricas. In: MARAFON, G. J.; RIBEIRO, M. F. (Org.). **Estudos de Geografia Fluminense**. Rio de Janeiro: Livraria e Editora infobook Ltda., 2002. p. 27-42.

RUBELO, João e LUCHIARI, Maria T. O Circuito das Frutas – SP no contexto do turismo rural. CONGRESSO BRASILEIRO DE TURISMO RURAL, 5, 2005, Piracicaba. **Anais: Propriedades, comunidades e roteiros do turismo rural**. Piracicaba: FEALQ, 2005. p. 211-216.

RUSCHMANN, Doris. **Turismo e planejamento sustentável**. São Paulo: Papirus, 1997.

SAMPAIO, C. P. da S. Agricultura familiar: bloqueios e precariedades. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE ECONOMIA E SOCIOLOGIA RURAL, 40, 2002, Passo Fundo. **Anais...Passo Fundo**, RS: SOBER, 2002. p. 0-11. CD-ROM.

SANTO, Fabiana B. E. A questão agrária e o turismo rural na Zona da Mata Norte de Pernambuco. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE TURISMO RURAL, 5, 2005, Piracicaba. **Anais: propriedades, comunidades e roteiros no turismo rural**. Piracicaba, SP: FEALQ, 2005. p. 187-192.

SANTOS, Milton (2000). **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal**. Rio de Janeiro: Record, 13 ed. 2006.

SANTOS, M. O retorno do território. In: SANTOS, Milton; SOUZA, Maria A. de; SILVEIRA, Maria L. (Org.) **Território: globalização e fragmentação**. São Paulo: ANPUR/HUCITEC/Annablume, 2002. p. 15-20.

SANTOS, Milton; SOUZA, Maria A. de; SILVEIRA, Maria L. (Org.) **Território: globalização e fragmentação**. São Paulo: ANPUR/HUCITEC/Annablume, 2002.

SANTOS, Milton; SILVEIRA, Maria L. **Brasil: território e sociedade no início do século XXI**. Rio de Janeiro: Record, 2001.

SANTOS, Milton. **O espaço do cidadão**. São Paulo: Nobel, 1998.

SANTOS, Milton. **Técnica, espaço, tempo: globalização e meio técnico-científico-informacional**. São Paulo: HUCITEC, 1997.

SANTOS, Milton. **A natureza do espaço**. São Paulo: HUCITEC, 1996.

SANTOS, Milton. A aceleração contemporânea: tempo mundo e espaço mundo. In: SANTOS, Milton; SOUZA, Maria A. A. de; SCARLATO, Francisco C.; ARROYO, Mônica. (Org.). **O novo mapa do mundo: fim de século e globalização**. São Paulo: HUCITEC / ANPUR, 1994. p. 15-22.

SANTOS, Milton. **Metamorfoses do espaço habitado**. São Paulo: HUCITEC, 1988.

SANTOS, M. **Metamorfoses do espaço habitado**. São Paulo: HUCITEC, 1986.

SANTOS, M. **Espaço e método**. São Paulo: Nobel, 1985.

SANTOS, M. **Por uma geografia nova**. São Paulo: HUCITEC, 1980.

SANTOS, Theotonio dos. A globalização reforça as particularidades. SANTOS, Milton; SOUZA, Maria A. de; SILVEIRA, Maria L. (Org.) **Território: globalização e fragmentação**. São Paulo: ANPUR/HUCITEC/Annablume, 2002. p. 72-76.

SAQUET, M. A. Entender a produção do espaço geográfico para compreender o território. In: SPOSITO, E. S. (Org.). **Produção do espaço e redefinições regionais: a construção de uma temática**. Presidente Prudente: UNESP/FCT/GAsPERR, 2005. p. 35-52.

SAQUET, Marcos. **Os tempos e os territórios da colonização italiana**. Porto Alegre: EST Edições, 2003.

SAQUET, Marcos et al. Paisagem, espaço e território: uma questão de método. In: JORNADA CIENTÍFICA DA UNIOESTE, 2, 2003, Toledo. **Anais...** Toledo, PR. 2003. CD-ROM.

SCHIFFER, Sueli R. A globalização da economia e o território nacional. Indagações prospectivas. In: SANTOS, Milton; SOUZA, Maria A. de; SILVEIRA, Maria L. (Orgs.) **Território: globalização e fragmentação**. São Paulo: ANPUR/Hucitec/Annablume, 2002. p. 116-124.

SCHNEIDER, Sérgio.; BLUME, R. Ensaio para uma abordagem territorial da ruralidade: em busca de uma metodologia. **Revista Paranaense de Desenvolvimento**, 2005. (prelo).

SCHNEIDER, Sérgio; CAZELLA, Ademir; MATTEI, Lauro. Histórico, caracterização e dinâmica recente do Pronaf – Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar. In: SCHNEIDER, S; SILVA, M. K; MARQUES, P. E. M. (Org.). **Políticas públicas e participação social no Brasil**. Porto Alegre: Ed. UFRGS, 2004. Série Estudos Rurais, p. 21-49.

SCHNEIDER, Sérgio. **A pluriatividade na agricultura familiar**. Porto Alegre: Ed. UFRGS, 2003.

SECRETARIA DA AGRICULTURA FAMILIAR; MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO. **Programa Nacional de Turismo Rural na Agricultura Familiar**. Brasília: SAF/MDA, 2004. CD-ROM.

SILVA, Charley. As possibilidades e impossibilidades da sustentabilidade do sistema turístico. In: ENCONTRO NACIONAL DE TURISMO COM BASE LOCAL, 7, 2004, Curitiba. **Anais....** Curitiba, PR: UFPR/UNICENP, 2004 (CD ROM).

SILVA, Alexsander B. Leituras geográficas do turismo em espaço rural: reflexões sobre Colinas do Sul-GO. In: ENCONTRO NACIONAL DE TURISMO COM BASE LOCAL, 7, 2004, Curitiba. **Anais....** Curitiba, PR: UFPR/UNICENP, 2004. CD ROM.

SILVA, M. F. e ALMEIDA, Joaquim. A. Turismo rural: família, patrimônio e trabalho. In: RIEDL, Mario; ALMEIDA, Joaquim A.; VIANA, Andyara L. B. (Org.). **Turismo rural: tendências e sustentabilidade**. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2002. p. 165-203.

SILVEIRA, Maria Laura. (informação verbal). **Aula sobre conceitos da Geografia contemporânea**. Disciplina Seminários de Pesquisa. Programa de pós-graduação em Geografia da UFSC. Florianópolis, maio de 2003.

SILVEIRA, Maria Laura. Uma situação geográfica: do método a metodologia. **Revista Território**, Rio de Janeiro, n.6, p.21-28, 1999.

SILVEIRA, Maria L. Totalidade e fragmentação: o espaço global, o lugar e a questão metodológica, um exemplo argentino. In: SANTOS, Milton; SOUZA, Maria A. A. de; SCARLATO, Francisco C.; ARROYO, Mônica. (Org.). **O novo mapa do mundo: fim de século e globalização**. São Paulo: HUCITEC / ANPUR, 1994. p. 201-209.

SILVEIRA, Marcos T. **Turismo, políticas de ordenamento territorial e desenvolvimento: um foco no estado do Paraná no contexto regional**. Tese (Doutorado em Geografia). USP, São Paulo. 2002a.

SILVEIRA, Marcos A. T. As políticas públicas e a nova configuração territorial do turismo no Brasil. In: SOUZA, Maria J. (Org.). **Políticas públicas e o lugar do turismo**. Brasília: UNB; MMA, 2002b. p. 39-51.

SILVEIRA, Marcos T. Política de turismo: oportunidades ao desenvolvimento local. In: RODRIGUES, Adyr B. (Org.) **Turismo rural: práticas e perspectivas**. São Paulo: Contexto, 2001. p. 133-150.

SILVEIRA, Marcos A. T. Turismo, território e globalização: considerações sobre o Mercosul. **RA'E GA. Revista do Departamento de Geografia da UFPR**, Curitiba, v. 1, n.1, p. 93-104, ago. 1997.

SOARES, Adriano C. A multifuncionalidade da agricultura familiar. **Revista Proposta**, São Paulo: p. 40-49, 2000/2001.

SOJA, Edward. **Geografias pós-modernas: a reafirmação do espaço na teoria social crítica**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1993.

SOUZA, Carmeláia A. A. Turismo no meio rural e sustentabilidade ambiental. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE TURISMO RURAL, 2, 2000, Piracicaba. **Anais: turismo, novo caminho no espaço rural brasileiro**. Piracicaba, SP: ESALQ/USP, 2000. p. 3-8.

SOUZA, Marcelo Lopes de. Algumas notas sobre a importância do espaço para o desenvolvimento social. **Revista Território**, Rio de Janeiro, n.3, p. 13-35, 1997a.

SOUZA, Marcelo Lopes de. Como pode o turismo contribuir para o desenvolvimento local? In: RODRIGUES, Adyr B. (Org.). **Turismo e desenvolvimento local**. São Paulo: HUCITEC, 1997b. p. 17-23.

SOUZA, Marcelo Lopes de. O território: sobre espaço e poder, autonomia e desenvolvimento. In: CASTRO, GOMES e CORRÊA (Org.). **Geografia: conceitos e temas**. RJ: Bertrand Brasil, 1995. p. 77-116.

STEIL, Carlos A. O turismo como objeto de estudos no campo das ciências sociais. In: RIEDL, Mario; ALMEIDA, Joaquim A.; VIANA, Andyara L. B. (Org.). **Turismo rural: tendências e sustentabilidade**. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2002. p. 51-80.

SUNKEL, Osvaldo. A sustentabilidade do desenvolvimento atual na América Latina. In: ARBIX, Glauco; ABRAMOVAY, Ricardo; ZALBOVICIUS, Mauro. (Org.). **Razões e ficções do desenvolvimento**. São Paulo: Ed. UNESP, Edusp, 2001. p. 267-310.

SWARBROOKE, John. **Turismo sustentável: conceitos e impacto ambiental**. São Paulo: Aleph, 2000.

SWINGEDOUW, E. Neither global or local: glocalization and the politics of scale. In: **Spaces of globalisation: reasserting the power of local**. London: Guilford Press, 1997, p. 137-166.

TAVALERA, Agustín S. Desarrollos y conflictos en torno al turismo rural: claves y dilemas desde la antropología social. In: RIEDL, Mario; ALMEIDA, Joaquim A.; VIANA, Andyara L. B. (Org.). **Turismo rural: tendências e sustentabilidade**. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2002. p. 13-50.

TESSARI, R. O que é agroturismo? In: PORTUGUEZ, A. P. (Org.). **Consumo e espaço: turismo, lazer e outros temas**. São Paulo: Roca, 2001.

TULIK, Olga. **Turismo Rural**. São Paulo: Aleph, 2003.

TULIK, O. Estratégias de desenvolvimento do turismo rural. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE TURISMO RURAL, 2, 2000, Piracicaba. **Anais: turismo, novo caminho no espaço rural brasileiro**. Piracicaba: ESALQ/USP, 2000. p. 61-68.

TULIK, Olga. Do conceito às estratégias para o desenvolvimento do turismo rural. In: RODRIGUES, Adyr B. (Org.). **Turismo e desenvolvimento local**. São Paulo: HUCITEC, 1997. p. 136-143.

UNIVALI. **Turismo: visão e ação**. Itajaí: ed. UNIVALI, 2000.

VERBOLE, A. A busca pelo imaginário rural. In: RIEDL, Mario; ALMEIDA, Joaquim A.; VIANA, Andyara L. B. (Org.). **Turismo rural: tendências e sustentabilidade**. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2002. p. 117-140.

VIEIRA, Elias; ALMEIDA, Joaquim A.; SOUZA, Marcelino de. O turismo rural como um vetor de desenvolvimento regional e local In: CONGRESSO INTERNACIONAL SOBRE TURISMO RURAL E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL, 5, 2006, Santa Maria. **Anais: ordenação, segmentação e regionalização do turismo em áreas rurais**. Santa Maria: FACOS/UFSM, 2006. p. 122-131.

VIEIRA, Elias; ALMEIDA, Joaquim; SOUZA, Marcelino de. Desenvolvimento e empreendedorismo: reflexões contemporâneas. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE TURISMO RURAL, 5, 2005, Piracicaba. **Anais: Propriedades, comunidades e roteiros do turismo rural**. Piracicaba: FEALQ, 2005. p. 173-178.

WANDERLEY, M. N. Territorialidade e ruralidade no nordeste: por um pacto social pelo desenvolvimento rural. In: SABOURIN, E.; TEIXEIRA, O. N. (Org.). **Planejamento e desenvolvimento dos territórios rurais: conceitos, controvérsias e experiências**. Brasília: Embrapa informação tecnológica, 2002, p. 39-52.

WANDERLEY, M. N. A emergência de uma nova ruralidade nas sociedades modernas avançadas – o “rural” como espaço singular e ator coletivo. **Estudos Sociedade e Agricultura**, Rio de Janeiro, n. 15, p. 87-145, out., 2000.

WEISSBACH, Paulo R. M. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE TURISMO RURAL, 5, 2005, Piracicaba. **Anais: propriedades, comunidades e roteiros no turismo rural**. Piracicaba, SP: FEALQ, 2005. p. 295-300.

WILLIAMS, Alan; SHAW, Gareth. Tourism and the environment: sustainability and economic restructuring. In: HALL, Michael; LEW, Alan (Org.). **Sustainable tourism: a geographical analysis**. Essex, UK: Addison Wesley Longman Limited, 1998. p. 49-59.

Sites importantes consultados:

www.ibge.gov.br

www.mda.gov.br

www.redetraf.com.br

www.pr.gov.br/turismo

www.ipardes.gov.br

www.emater.pr.gov.br

www.pr.gov.br/comec

ANEXO 1

ROTEIRO DE ENTREVISTA COM EMPREENDEDORES (2004)

ROTEIRO DE ENTREVISTA COM EMPREENDEDORES (2004)

1. Data: / / Localidade: _____
2. Entrevistado: _____ Proprietário: _____
3. Origem do proprietário: _____ /Residência:() Na propriedade / Outro: _____
4. Breve histórico da propriedade: _____
- _____
- _____

5. Moradores da propriedade e funções: () mulheres: _____
- () homens: _____ () crianças: _____
6. Empregados da propriedade e funções: () mulheres: _____
- () homens: _____
7. Tamanho da propriedade: _____ ha / lavoura _____ %mata _____ %capoeira _____ %pasto _____ %constr _____

Atividades produtivas desenvolvidas no local	Tipo	Produção Anual		Comercialização	Renda Líquida Anual
		Antes	Depois		
Agrícola in natura					
Pecuária					
Alimentos beneficiados					
Artesanais					
Turísticas					
Outras (psicultura, floricultura, etc)					

8. Possui nascentes? () S () N / nº: _____ Situação: _____ / Rio? () S () N Qual? _____ Sit. _____

9. Captação de água: () Poço / () Fonte protegida / () Rede pública / () Rio / Outro: _____
10. Sanamento: () rede / () fossa séptica / () sumidouro / () rio / () outro: _____
11. Utiliza agrotóxicos? () S () N. Onde: _____ / Tem SISLEG? () S () N
12. Disposição do lixo: () coleta pública / () reutilização / () queima / () outro: _____
13. Maquinário agrícola: _____

14. Animais da propriedade: () cavalos () vacas Outros: _____
15. Objetivo com o empreendimento turístico: _____
16. Ano de entrada: _____ Tempo de recepção: _____ / Dias e horários de abertura: _____
17. Breve histórico de implantação do turismo: _____

18. Atrativos, Atividades e Equipamentos inseridos após guia: _____

19. Mudanças na infra-estrutura e nos equipamentos da propriedade para atender os turistas: _____

20. Houve algum curso de capacitação? () S () N / Qual?: _____

21. Houve algum benefício? () S () N / Qual?: _____
22. Recorreu a algum tipo de financiamento? () S () N / Qual?: _____ Valor: R\$ _____
23. Empregados para o turismo: () novos / funções: _____ ()
aproveitados / funções: _____
24. Receita com o turismo: () Mensal: _____ () Anual: _____
1. Nº de visitantes mensal / anual: _____ - Maior período de visitação: _____
2. Perfil do visitante: A) () População local () Pop. RMC () Municípios PR () Outros estados: _____
B) () Famílias () Jovens () Idosos () Grupos escolares () Casais () Outros: _____
3. Participação no CMT: () Membro () Representado / Opinião: _____
4. Problemas de organização do turismo: _____

5. Sugestões: _____

ANEXO 2

ROTEIRO COMPLEMENTAR PARA OS POSSÍVEIS AGRICULTORES FAMILIARES (2004)

ROTEIRO COMPLEMENTAR PARA OS POSSÍVEIS AGRICULTORES FAMILIARES (2004)

Membro da família	Ocupação	Escolaridade	Expectativa de moradia e estudo/trabalho	Tempo diário de trabalho (horas)	Dias de trabalho na semana

6. 30. Renda mensal familiar: R\$ _____
7. 31. Formas de uso da terra: () Trabalho familiar / () Arrendamento: ____% / () Arrendatário: ____
8. 32. Gestão da propriedade: () familiar / () chefe / () casal / () membro da família / () contratado
9. 33. Atividades de lazer da família: () Visitas / () Igreja / () TV / () esportes / () bailes / () outros: ____
10. O que achou da idéia do turismo: _____
11. O que acha do turismo hoje: _____
12. Tradições aproveitadas para o turismo: _____
13. Equipamentos aproveitados para o turismo: _____
14. Novos equipamentos adquiridos para o turismo: _____
15. Animais aproveitados para o turismo: _____
16. Novos animais adquiridos para o turismo: _____
17. Deixou alguma atividade agrícola em função do turismo? () S () N Qual: _____
18. Ampliou atividades agrícolas com o turismo? () S () N Qual: _____
19. Passou a beneficiar algo para vender aos turistas? () S () N O que? _____
20. Utiliza ou já utilizou recursos do Pronaf? () S () N Para que: _____
21. O que acha do pronaf: _____
22. Prefere trabalhar com: () Agricultura / () Pecuária / () Agr/Pec / () Vinhos / () Embutidos / () Artesanato / () Na cidade / () Turismo / () Turismo e ativi agropec / () Turismo e agroindus
23. O que acha dos turistas: _____
24. Gosta de conversar com os turistas? () S () N Porque? _____
25. Existe diálogo e objetivos em comum com os outros envolvidos? () S () N Qual: _____
26. O que mudou após a entrada no tur? _____
27. _____
28. Aspectos positivos do turismo: _____
29. Aspectos negativos do turismo: _____
30. Sua vida melhorou com o turismo? () S () N () Mesma coisa

ANEXO 3

ROTEIRO INDIVIDUALIZADO DE ENTREVISTAS COM OS AGRICULTORES FAMILIARES DO CITUR (2005)

ROTEIRO INDIVIDUALIZADO DE ENTREVISTAS COM OS AGRICULTORES FAMILIARES DO CITUR (2005)

1. Dirceu Cavalli Entrevistado: _____ Produz uva desde _____ e vinhos desde _____
Tamanho da propriedade: _____ Empregados: () fixos () temporários / Período: _____
Quantidade de uva: _____ Quantidade de vinho: _____ Porcentagem da uva p/ vinho: _____
Área parreiral: _____ Área lavoura: _____ Venda do vinho: _____ / verduras: _____ / uva: _____
Produção ampliada: _____ Área: _____ / Prod. reduzida: _____ Área: _____ Nº visit. _____
Circuito: _____ Outras fontes de renda: _____
Renda familiar: _____ Porcentagem via venda de vinhos: _____ Porc. Via alimentos: _____
Insumos para plantar: _____ / _____ / _____ / _____ / _____ / _____
É membro de associação, cooperativa ou sindicato? () S () N / Qual: _____
Participa do Contur? () S () N / Como está? _____ E a prefeitura? _____
De onde recebe apoio: _____
Investimentos 2004/05: _____ Futuros: _____

2. Odilon Cavalli Entrevistado: _____ Produz uva desde _____ e vinhos desde _____
Tamanho da propriedade: _____ Empregados: () fixos () temporários / Período: _____
Quantidade de uva: _____ Quantidade de vinho: _____ Porcentagem da uva p/ vinho: _____
Área parreiral: _____ Área lavoura: _____ Venda do vinho: _____ / verduras: _____ / uva: _____
Produção ampliada: _____ Área: _____ / Prod. reduzida: _____ Área: _____ Nº visit. _____
Circuito: _____ Outras fontes de renda: _____
Renda familiar: _____ Porcentagem via venda de vinhos: _____ Porc. Via alimentos: _____
Insumos para plantar: _____ / _____ / _____ / _____ / _____ / _____
É membro de associação, cooperativa ou sindicato? () S () N / Qual: _____
Participa do Contur? () S () N / Como está? _____ E a prefeitura? _____
De onde recebe apoio: _____
Como é relação com APAC? _____
Investimentos 2004/05: _____ Futuros: _____

3. Pedrinho Strapasson - Entrevistado: _____ Produz uva desde _____ e vinhos desde _____
Tamanho da propriedade: _____ Empregados: () fixos () temporários / Período: _____
Quantidade de uva: _____ Quantidade de vinho: _____ Porcentagem da uva p/ vinho: _____
Área parreiral: _____ Área lavoura: _____ Venda do vinho: _____ / verduras: _____ / uva: _____
Produção ampliada: _____ Área: _____ / Prod. reduzida: _____ Área: _____ Nº visit. _____
Comercializa produtos de fora na propriedade? () S () N / O que/quant? _____
Circuito: _____ Outras fontes de renda: _____
Renda familiar: _____ Porcentagem via venda de vinhos: _____ Porc. Via alimentos: _____
Insumos para plantar: _____ / _____ / _____ / _____ / _____ / _____
É membro de associação, cooperativa ou sindicato? () S () N / Qual: _____
Participa do Contur? () S () N / Como está? _____ E a prefeitura? _____
De onde recebe apoio: _____
Investimentos 2004/05: _____ Futuros: _____

4. José Secon – Produz uva desde _____ e vinhos desde _____ Empreg () fixos () temp / Período: _____
Quantidade de uva: _____ Quantidade de vinho: _____ Porcentagem da uva p/ vinho: _____
Área parreiral: _____ Área lavoura: _____ Venda do vinho: _____ / verduras: _____ / uva: _____
Produção ampliada: _____ Área: _____ / Prod. reduzida: _____ Área: _____ Nº visit. _____
Circuito: _____ Outras fontes de renda: _____
Renda familiar: _____ Porcentagem via venda de vinhos: _____ Porc. Via alimentos: _____
Insumos para plantar: _____ / _____ / _____ / _____ / _____ / _____
É membro de associação, cooperativa ou sindicato? () S () N / Qual: _____
Participa do Contur? () S () N / Como está? _____ E a prefeitura? _____
De onde recebe apoio: _____
Investimentos 2004/05: _____ Futuros: _____

5. É da Pam Entrevistado: _____ Moradores: _____ É agricultor? () S () N
Quantidade de morango: _____ Quant. Beneficiada: _____ Empreg: () fixos () temp
Área morango: _____ Área lavoura: _____ Venda do morango: _____ / verduras: _____
Produção ampliada: _____ Área: _____ / Prod. reduzida: _____ Área: _____
Comercializa produtos de fora na propriedade? () S () N / O que/quant? _____
Circuito: _____ Outras fontes de renda: _____
Renda familiar: _____ Porcentagem via venda direta: _____ Porc. Via indireta: _____
Participa do Contur? () S () N / Como está? _____ E a prefeitura? _____

6. Morango Natural

Quantidade de morango: _____ Quant. Beneficiada: _____ Empreg: () fixos () temp
Área morango: _____ Área lavoura: _____ Venda do morango: _____ / verduras: _____
Produção ampliada: _____ Área: _____ / Prod. reduzida: _____ Área: _____
Circuito: _____ Outras fontes de renda: _____
Renda familiar: _____ Porcentagem via venda direta: _____ Porc. Via indireta: _____
Insumos para plantar: _____ / _____ / _____ / _____ / _____ / _____
É membro de associação, cooperativa ou sindicato? () S () N / Qual: _____
Participa do Contur? () S () N / Como está? _____ E a prefeitura? _____
De onde recebe apoio: _____
Como é relação com APAC? _____
Investimentos 2004/05: _____ Futuros: _____

7. Palmeiras - Produz verduras desde _____ e peixes desde _____ Empreg () fixos () temp / Per: _____
Quant verduras: _____ Quant de peixes: _____ Venda dos peixes: _____
Produção ampliada: _____ Área: _____ / Prod. reduzida: _____ Área: _____ Nº visit. _____
Comercializa produtos de fora na propriedade? () S () N / O que/quant? _____
Circuito: _____ Outras fontes de renda: _____
Renda familiar: _____ Porcentagem via venda direta: _____ Porc. Via indireta: _____
Insumos para plantar: _____ / _____ / _____ / _____ / _____ / _____
É membro de associação, cooperativa ou sindicato? () S () N / Qual: _____
Participa do Contur? () S () N / Como está? _____ E a prefeitura? _____
De onde recebe apoio: _____
Investimentos 2004/05: _____ Futuros: _____

8. Gasparin - Produz verduras desde _____ e peixes desde _____ Empreg () fixos () temp / Per: _____
Quant verduras: _____ Quant de peixes: _____ Venda das verduras: _____
Produção ampliada: _____ Área: _____ / Prod. reduzida: _____ Área: _____ Nº visit. _____
Comercializa produtos de fora na propriedade? () S () N / O que/quant? _____
Circuito: _____ Outras fontes de renda: _____
Renda familiar: _____ Porcentagem via venda direta: _____ Porc. Via indireta: _____
Insumos para plantar: _____ / _____ / _____ / _____ / _____ / _____
É membro de associação, cooperativa ou sindicato? () S () N / Qual: _____
Participa do Contur? () S () N / Como está? _____ E a prefeitura? _____
De onde recebe apoio: _____
Investimentos 2004/05: _____ Futuros: _____

9. Didi Produz peixes desde _____ quant: _____ Empreg () fixos () temp / Nº visit: _____
Outra atividade agrícola: _____ Área: _____ Local: _____ Venda: _____
Comercializa produtos de fora na propriedade? () S () N / O que/quant? _____
Circuito: _____ Outras fontes de renda: _____
Renda familiar: _____ Porcentagem da renda via pesque-pague: _____
Insumos: _____ / _____ / _____ / _____ / _____ / _____
É membro de associação, cooperativa ou sindicato? () S () N / Qual: _____
Participa do Contur? () S () N / Como está? _____ E a prefeitura? _____
De onde recebe apoio: _____
Investimentos 2004/05: _____ Futuros: _____

10. Franco Italiano - Produz uva desde _____ e vinhos desde _____ Empreg () fixos () temp / Per: _____
Quantidade de uva: _____ Quantidade de vinho: _____ Porcentagem da uva p/ vinho: _____
Área parreiral: _____ Área lavoura: _____ Venda do vinho: _____ / verduras: _____ / uva: _____
Produção ampliada: _____ Área: _____ / Prod. reduzida: _____ Área: _____ Nº visit. _____
Comercializa produtos de fora na propriedade? () S () N / O que/quant? _____
Circuito: _____ Outras fontes de renda: _____
Renda familiar: _____ Porcentagem via venda de vinhos: _____ Porc. Via alimentos: _____
Insumos para plantar: _____ / _____ / _____ / _____ / _____ / _____
É membro de associação, cooperativa ou sindicato? () S () N / Qual: _____
Participa do Contur? () S () N / Como está? _____ E a prefeitura? _____
De onde recebe apoio: _____
Investimentos 2004/05: _____ Futuros: _____

ANEXO 4

ROTEIRO DE ENTREVISTAS COM EMPREENDEDORES (2007)

ROTEIRO DE ENTREVISTAS COM EMPREENDEDORES (2007)

Data: / / Proprietário: _____ /Residência:()Na propriedade /
Outro: _____

- Moradores da propriedade e funções: () mulheres: _____

() homens: _____ () crianças: _____

- Empregados da propriedade e funções: () mulheres: _____

() homens: _____

- Tamanho da propriedade: _____ ha / lavoura _____ %mata _____ %capoeira _____ %pasto _____ %constr _____

Atividades produtivas desenvolvidas no local	Tipo	Produção Anual	Comercialização	Renda Líquida Anual
Agrícola in natura				
Pecuária				
Alimentos beneficiados				
Artesanais				
Turísticas				
Outras (psicultura, floricultura, etc)				

- Maquinário agrícola: _____

- Animais da propriedade: () cavalos () vacas Outros: _____

- Objetivo com o empreendimento turístico: _____

- Atrativos, Atividades e Equipamentos atuais: _____

- Recorreu a algum tipo de financiamento? () S () N / Qual?: _____ Valor:R\$ _____

- Receita com o turismo: () Mensal: _____ () Anual: _____ % da receita: _____

- Nº de visitantes mensal / anual: _____ - Maior período de visitação: _____

- Como anda o CITUR hoje? _____

- O que a administração atual vem fazendo pelo CITUR? _____

- Participação no CMT: () Membro () Representado / Opinião: _____

- Problemas de organização do CITUR e sugestões : _____

Avaliação geral do CITUR: () ótimo () bom () regular () ruim () péssimo

ANEXO 5

ROTEIRO COMPLEMENTAR PARA OS AGRICULTORES FAMILIARES (2007)

ROTEIRO COMPLEMENTAR PARA OS AGRICULTORES FAMILIARES (2007)

Membro da família	Ocupação na propriedade	Ocupação fora da propriedade	Dias de trabalho na semana

- Fontes de renda da família: _____

- Renda mensal familiar: R\$ _____ Algum aposentado? () S () N

31. Formas de uso da terra: () Trabalho familiar / () Arrendamento: ____% / () Arrendatário: _____

32. Gestão da propriedade: () familiar / () chefe / () casal / () membro da família / () contratado

33. Atividades de lazer da família: () Visitas/ () Igreja / () TV/ () esportes/ () bailes/ () outros: _____

Novos equipamentos adquiridos para o turismo: _____

Animais aproveitados para o turismo: _____

Novos animais adquiridos para o turismo: _____

Deixou alguma atividade agrícola em função do turismo? () S () N Qual: _____

Ampliou atividades agrícolas com o turismo? () S () N Qual: _____

Passou a beneficiar algo para vender aos turistas? () S () N O que? _____

Utiliza ou já utilizou recursos do Pronaf? () S () N Para que: _____

Você se considera um agricultor familiar? () S () N Porque? _____

Com qual (s) atividade gosta de trabalhar? _____

O que acha dos turistas: _____

Existem problemas de interesses entre os participantes do CITUR? () S () N Qual: _____

O que mudou na sua vida após a entrada no CITUR? _____

Sua vida melhorou com o turismo? () S () N () Mesma coisa

- Reclamações: _____

- Sugestões: _____

ANEXO 6

ROTEIRO DE ENTREVISTAS COM A POPULAÇÃO LOCAL

ROTEIRO DE ENTREVISTAS COM A POPULAÇÃO LOCAL

1. Data: / / Local: _____ A qto tempo vive em Colombo: _____ Sexo () M () F
2. Conhece o Circuito de Turismo? () S () N. Como conheceu?: _____
3. Conhece algum empreendimento do Circuito? () S () N. Qual: _____

4. O que acha dos empreendimentos que conhece: () Ótimo () Bom () Normal () Ruim _____
5. Empreendimentos que mais visita: _____ Porque: _____
6. No que o Circuito mudou a cidade? _____
7. No que o Circuito mudou sua vida? _____
8. Conhecia outros empreendimentos antes do Circuito? () S () N. Qual: _____
10. Pontos positivos do Circuito: _____
11. Pontos negativos: _____
12. Sugestões: _____

ANEXO 7

ROTEIRO DE ENTREVISTAS COM VISITANTES

ROTEIRO DE ENTREVISTAS COM VISITANTES

1. Data: / / Empreendimento: _____ Profissão: _____
 2. Procedencia: () Ctba () RMC () PR (): _____ Qtas pessoas: _____ () Carro () _____
 3. Há quanto tempo conhece o empreendimento: _____ Como conheceu: _____
 4. Há quanto tempo conhece o Circuito: _____ Como conheceu: _____
 5. Empreendimentos que conhece: _____
 6. Conhecia outros empreendimentos antes do Circuito? () S () N. Qual: _____
 7. Empreendimentos que mais visita: _____
 8. O que te traz a Colombo? _____
 9. Já pernoitou em Colombo? () S () N. Onde: _____
 10. Pontos positivos do Circuito: _____
 11. Pontos negativos: _____
 12. Sugestões: _____
-

ANEXO 8

**INSTITUIÇÕES PARTICIPANTES DAS DIRETRIZES PARA O
DESENVOLVIMENTO DO TURISMO RURAL NO BRASIL (2003)**

INSTITUIÇÕES PARTICIPANTES DAS DIRETRIZES PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO RURAL NO BRASIL (2003)

ABATURR – Associação Baiana de Turismo Rural - BA
ABRATURR – Associação Brasileira de Turismo Rural
ABTR – Associação Brasileira de Turismo Rural - SP
ACETER – Associação Cearense do Turismo no Espaço Rural e Natural - CE
AMETUR – Associação Mineira de Empresas de Turismo Rural - MG
Banco do Brasil
BELOTUR - Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte - MG
BNB – Banco do Nordeste
CEPAGRO - Centro de Estudos e Promoção da Agricultura de Grupo - SC
EMATER DF - Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Distrito Federal
EMATER MG - Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural de Minas Gerais
EMATER RS - Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Rio Grande do Sul
EMATER PR - Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Paraná
EMBRAPA – Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária
EMBRATUR – Instituto Brasileiro de Turismo
EPAGRI – Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina S.A.
FACTUR – Faculdade de Turismo da Bahia - BA
FEALQ – Fundação de Estudos Agrários Luiz de Queiroz - SP
FNSA - Fórum Nacional de Secretários da Agricultura
IICA - Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura
IPEA – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada
MDA – Ministério do Desenvolvimento Agrário
MAPA - Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento
OCB – Organização das Cooperativas Brasileiras
PARATUR – Companhia Paraense de Turismo - PA
PNUD – Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento
PRESERVALE – Instituto de Preservação e Desenvolvimento do Vale do Paraíba - RJ
PUC - RS - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul
SANTUR - Santa Catarina Turismo S/A - SC
SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SEBRAE - ES
SEBRAE - MS
SEBRAE - SC
SEBRAE - SP
SEBRAE - MG
SEBRAE - DF
SEBRAE - PA
Secretaria da Ciência, Tecnologia, Desenvolvimento Econômico e Turismo do Estado de São Paulo - SP
Secretaria de Turismo do Estado do Ceará - CE
Secretaria de Turismo do Distrito Federal - DF
Secretaria de Estado de Turismo - MG
Secretaria de Estado da Indústria, Comércio e Turismo de Tocantins - TO
Secretaria de Estado do Turismo, Esporte e Lazer do Rio Grande do Sul
SENAC – Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial
SENAR – Serviço Nacional de Aprendizagem Rural
SENAR - DF - Serviço Nacional de Aprendizagem Rural - Distrito Federal
SESCOOP – Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo
SINDRURAL - Sindicato Rural do Distrito Federal - DF
TURISRIO – Companhia de Turismo do Estado do Rio de Janeiro - RJ
TURMINAS - Empresa Mineira de Turismo - MG
UFMS – Universidade Federal de Santa Maria - RS
UFV – Universidade Federal de Viçosa - MG
UnB – Universidade de Brasília – DF
UNICEUB - Centro Universitário de Brasília - DF
UNICAMP – Universidade de Campinas - SP
UNIVALI – Universidade do Vale do Itajaí - SC
UCS - Universidade de Caxias do Sul - RS
USP – Universidade de São Paulo - SP

ANEXO 9

**LEI ESTADUAL N. 15.143/2006, QUE ESPECIFICA AS ATIVIDADES DE
“TURISMO RURAL NA AGRICULTURA FAMILIAR” NO PARANÁ**

Data 31 de maio de 2006.

SÚMULA: Define as atividades turísticas que específica, como atividades de “turismo rural na agricultura familiar”.

A Assembléia Legislativa do Estado do Paraná decretou e eu sanciono a seguinte lei:

Art. 1º - Fica definido como atividades de Turismo Rural na Agricultura Familiar (TRAF) todas as atividades turísticas que ocorrem na unidade e produção dos agricultores familiares que mantêm as atividades econômicas típicas da agricultura familiar, dispostos a valorizar, respeitar e compartilhar seu modo de vida, o patrimônio cultural e natural, ofertando produtos e serviços de qualidade e proporcionando bem estar aos envolvidos.

Art. 2º - Considera-se como atividades de turismo rural na agricultura familiar (TRAF) as seguintes formas de ocorrência:

I - Comercialização de produtos alimentícios in natura de origem local;

II - Comercialização de produtos transformados, os produtos de origem animal (ex: queijo, leite, embutidos, etc) e os produtos de origem vegetal (ex: doces, conservas, pães) são oferecidos aos visitantes, enfatizando o processo de produção dos mesmos.

III - Comercialização de Artesanato, as práticas de produção com aproveitamento de produtos, resíduos ou não, de origem vegetal, animal ou mineral.

IV - Produção Rural, onde as atividades produtivas da propriedade são utilizadas como atrativos, por meio de demonstrações sobre as técnicas de produção, onde o turista também pode interagir fazendo parte do processo, como exemplo em atividades de campo em pomares, leiteiras, apiários, pesque-pagues, criações de animais em geral, áreas de agricultura orgânica, vinícolas, alambiques, entre outras.

V - Educação Ambiental, as atividades executadas em propriedades especializadas em receber grupos (normalmente de crianças, adolescentes e jovens), que encontram atividades educativas ligadas ao meio ambiente e/ou atividades agrícolas, ambas de cunho educativo.

VI - Serviços de Lazer: atividades que proporcionam entretenimento aos visitantes, comumente relacionadas à práticas físicas e passeios a locais de interesse natural ou cultural.

Ex: cavalgadas e caminhadas à instalações de fazendas (de interesse histórico ou tecnológico), cachoeiras, grutas, bosques, caminhos históricos, e; pesca em tanques e rios.

VII - Serviços de Alimentação, ocorrem em estabelecimentos como restaurantes e cafés coloniais, que oferecem alimentação típica ou de preparo especial, sendo normalmente situados em locais estratégicos, próximo a outros atrativos. Este segmento utiliza-se e valoriza as características locais, visando a originalidade do atrativo gastronômico. Os alimentos oferecidos pelas unidades procuram estabelecer um resgate da culinária local, resgatando e utilizando-se de receitas e de preparos dos alimentos que estão em desuso pela sociedade urbana.

VIII - Serviços de Hospedagem: ocorrem em pousadas, hospedarias, entre outros estabelecimentos que estejam envolvidos com a produção rural. Oferecem atendimento personalizado ao hóspede.

IX – Serviços Ambientais em Áreas Naturais, as áreas localizadas no meio rural, protegidas legalmente (Reserva Legal, Área de Preservação Permanente, Reserva Particular do Patrimônio Natural) ou desprovidas de tais normas jurídicas, que se transformam em atrativos turísticos de importância regional, agregando inclusive, a questão da consciência ecológica aos turistas. Estas áreas, públicas ou privadas, são atrações turísticas que têm demanda considerável, podendo beneficiar agricultores familiares localizados nas proximidades. Em algumas unidades de conservação contempla-se nos planos de manejo, a possibilidade desta parceria. Em contrapartida, os agricultores passam a desenvolver um sistema de produção menos impactante para o meio.

X - Arredores da Unidade Familiar: os produtores familiares se beneficiam.

XI - Patrimônio Histórico, é a manifestação importante da história da agricultura e das comunidades de uma localidade ou região, que se valoriza com a proposta do turismo, com os projetos de recuperação, uso compatível com o seu objetivo e com a inserção de capital público e privado. Ex: arquitetura típica (igrejas, construções históricas), equipamentos (moinhos, armazéns, adegas), folclore, gastronomia típica, artes, dentre outras.

XII - Centros de Pesquisa Tecnológica: proporcionam a difusão de tecnologias ao meio rural, realização de pesquisas e promoção de eventos, contribuem para a ampliação da proposta do turismo, uma vez que atraem público, em sua maioria de técnicos.

XIII – Eventos diversos promovidos em comunidades e/ou propriedades familiares, por meio de festas regionais - de cunho religioso e/ou cultural - eventos técnicos científicos, feiras de produtos e exposições agropecuárias. Ocorrem em situações diversas, promovendo a cultura local, e ao mesmo tempo, integrando-se à proposta de desenvolvimento econômico da região.

Art. 3º - As atividades do Turismo Rural na Agricultura Familiar estão alicerçadas e comprometidas com os seguintes princípios:

- a) Ser um turismo ambientalmente correto e socialmente justo;
- b) Incentivar a diversificação da produção e propiciar a comercialização direta dos produtos locais, ofertados pelo agricultor;
- c) Valorizar e resgatar o artesanato regional, a cultura da família do campo e os eventos típicos do meio rural;
- d) Contribuir para a revitalização do território rural e para o resgate e melhoria da autoestima dos agricultores familiares;
- e) Ser desenvolvido preferencialmente de forma associativa e organizada no território.
- f) Ser complementar às demais atividades da unidade de produção familiar;
- g) Proporcionar a convivência entre os visitantes e a família rural;
- h) Estimular as atividades produtivas com enfoque no sistema agroecológico;

Artigo 4º - Considera-se Agricultura Familiar as unidades produtivas rurais que possuam as seguintes características:

- a) possuam até 50 (cinquenta) hectares de área;
- b) desenvolvam atividades agropecuárias de subsistência;
- c) os produtores sejam os administradores diretos da propriedade.

Parágrafo 1º - Para o enquadramento, considera-se todas as formas de posse da propriedade, mesmo sendo de caráter provisório, como exemplo, arrendatários, posseiros, meeiros, parceiros e assentados rurais.

Art. 5º - Considera-se as Unidades de Produção Familiar, as unidades produtivas rurais utilizadas como cenário das atividades de turismo rural, onde o turista interage com o meio. Por meio delas são utilizados uma série de produtos turísticos, em geral, baseados na oferta de atividades de lazer, demonstração tecnológica, comercialização de produtos e serviços, sendo encontrados isoladamente ou em conjunto, por meio de diversos segmentos.

Art. 6º - Consideram-se como Unidades de Planejamento de Turismo Rural, o conjunto de unidades produtivas rurais localizadas em uma área geográfica homogênea em valores sociais, culturais e atrativos turísticos originados a partir de valores agrícolas, ambientais, culturais e sociais.

Parágrafo único: As unidades de planejamento poderão ser denominadas: circuitos, roteiros, rotas, caminhos, linhas, faxinais, trilhas, rios, serras, montanhas, colônias, comunidades, quilombolas, assentamentos, dentre outros termos similares.

Art. 7º - As propriedades rurais da agricultura familiar que estiverem desenvolvendo atividades reguladas por esta Lei na data de sua publicação, deverão adequar-se às suas disposições no prazo de cento e oitenta dias, contados da publicação do decreto que a regulamentar, bem como apresentar relatório circunstanciado à Secretaria de Estado da Agricultura, Pecuária e do Abastecimento das atividades desenvolvidas em suas propriedades agrícolas.

Art 8º ...vetado...

Art 9º - Fica o Estado autorizado a definir as linhas de apoio financeiro e administrativo para incentivo a esta atividade no Estado do Paraná.

Art. 10º - Esta lei entrará em vigor na data de sua publicação.

PALÁCIO DO GOVERNO EM CURITIBA, em 31 de maio de 2006.

[assinado por]

Governador do Estado
Secretário de Estado do Turismo
Chefe da Casa Civil

ANEXO 10

**PLANEJAMENTO DA SECRETARIA MUNICIPAL DE TURISMO (SETUR)
PARA O CITUR EM 2007**

PLANEJAMENTO DA SECRETARIA MUNICIPAL DE TURISMO 2007

JANEIRO

- ✓ Planejamento;
- ✓ Preparativos para a Festa da Uva e Circuito Italiano;
- ✓ Atualização do Projeto Educação para o Turismo;
- ✓ Atualização do Projeto de Sinalização da OMT;
- ✓ Contatos;
- ✓ Acompanhamento do Projeto Colônias Metropolitanas;

FEVEREIRO

- ✓ Festa de aniversário do Circuito Italiano de Turismo Rural e da cidade;
- ✓ Festa da Uva;
- ✓ Pesquisa de opinião da Festa e do Circuito Italiano de Turismo Rural;
- ✓ Acompanhamento do Projeto Colônias Metropolitanas;
- ✓ Atualização do Projeto Educação para o Turismo;
- ✓ Oficialização do Projeto Caravana Técnica;

MARÇO

- ✓ Elaboração do material para a capacitação dos Guias;
- ✓ Caravana Técnica de 19/03 a 24/03;
- ✓ Início da atualização do Inventário Turístico;
- ✓ Atualização do site do Circuito Italiano;
- ✓ Atualização do material de divulgação (Guia, folder, joguinho e cartilha);
- ✓ 1ª fase do Projeto Educação para o Turismo 2007;
- ✓ Atualização do Projeto de Sinalização de rua;
- ✓ Palestra : Turismo Rural na Agricultura Familiar (Écoparaná);
- ✓ Inventário do artesanato local;
- ✓ Encaminhar material de divulgação para agências, hotéis, aeroporto, posto de informações;

ABRIL

- ✓ Salão da ABAV – de 13 à 15 de abril;
- ✓ Inventário Turístico;
- ✓ Implantação da sinalização;
- ✓ Início do projeto “Turismo Seguro”;
- ✓ Elaborar pesquisa sobre o Circuito Italiano de rural;
- ✓ Contato com as comunidades sobre a exposição na SETUR;
- ✓ 2ª Fase do Projeto de Educação para o Turismo;
- ✓ Organizar o artesanato local;
- ✓ Seleção dos novos empreendimentos;
- ✓ Inauguração da lojinha “Porte Colombo” (leve Colombo);
- ✓ Capacitação dos Guias;
- ✓ Programar 7º aniversário do Parque Municipal Gruta do Bacaetava;

MAIO

- ✓ Caravana da Secretaria em um município turístico;
- ✓ Aniversário do Parque Municipal Gruta do Bacaetava;
- ✓ Início da pesquisa de opinião do Circuito Italiano de Turismo Rural;
- ✓ Palestra "Qualidade no atendimento ao Turista"
- ✓ Curso de artesanato local;
- ✓ Inventário turístico;
- ✓ Plano Municipal de Turismo;
- ✓ Educação para o Turismo
- ✓ Projeto Turismo Seguro;
- ✓ Exposição de uma das comunidades rurais;
- ✓ Divulgação no Trade turístico;

JUNHO

- ✓ Caravana Técnica com os empreendimentos à um município turístico;
- ✓ Elaborar projetos para as emendas;
- ✓ Miss Turismo;
- ✓ Inventário turístico
- ✓ Turismo Seguro
- ✓ Plano Municipal de Turismo(conclusão)
- ✓ Educação para o Turismo
- ✓ Exposição de uma das comunidades
- ✓ Curso com a Emater: Agricultura Orgânica
- ✓ Encaminhar material de divulgação para hotéis, agências, aeroportos, posto de informações

JULHO

- ✓ Preparativos para a Festa do Vinho
- ✓ Cursos com a Emater, SENAC, Sebrae ...
- ✓ FAMTOUR com agências de turismo e imprensa
- ✓ Educação para o Turismo
- ✓ Turismo Seguro
- ✓ Inventário Turístico
- ✓ Exposição de uma comunidade rural
- ✓ Divulgação no Trade Turístico
- ✓ Acompanhamento da execução dos projetos: Sinalização, Colônias Metropolitanas

AGOSTO

- ✓ Festa do Vinho (10,11 e 12 de agosto)
- ✓ Preparar Semana do Turismo
- ✓ Cursos e Palestras (geléias, conservas, biscoitos caseiros)
- ✓ Educação para o Turismo
- ✓ Projeto Turismo Seguro
- ✓ Exposição
- ✓ Divulgação no Trade Turístico
- ✓ Acompanhamento da execução dos projetos

SETEMBRO

- ✓ Semana do Turismo (24 a 28 setembro)
- ✓ I Seminário "Turismo e Desenvolvimento Sustentável" (27/09)
- ✓ Curso e Palestras (Gestor de Negócios)
- ✓ Exposição de uma comunidade rural
- ✓ Projetos (Turismo Seguro, Educação para o Turismo)
- ✓ Divulgação no Trade Turístico
- ✓ Acompanhamento a conclusão dos Projetos Colônias Metropolitanas e implantação do Memorial e Centro de Cultura Italiana
- ✓ Conclusão do Inventário Turístico

OUTUBRO

- ✓ Curso
- ✓ Exposição
- ✓ Projeto Turismo Seguro
- ✓ Divulgação no Trade Turístico
- ✓ Projetos
- ✓ Inauguração do Memorial e do Centro da Cultura Italiana
- ✓ Elaborar Projeto da Caravana Técnica 2008

NOVEMBRO

- ✓ Administração do Memorial do Imigrante Italiano e do Centro Cultural Italiano
- ✓ Conclusão do Projeto Turismo Seguro
- ✓ Conclusão do Projeto "Educação para o Turismo"
- ✓ Projetos
- ✓ Implantar novas Pesquisas de opinião no Circuito Italiano de Turismo Rural
- ✓ Projetar programação de natal das casas

DEZEMBRO

- ✓ Administração da programação de natal
- ✓ Projetar 9ª do Circuito Italiano de Turismo Rural e 118 anos de Colombo

ANEXO 11

RELAÇÃO DOS SÓCIOS DA ECITUR EM 2007

**Assembléia de Constituição da
“ASSOCIAÇÃO DOS EMPREENDEDORES DO CIRCUITO ITALIANO DE TURISMO RURAL DE COLOMBO”**

	<u>NOME DO ASSOCIADO e Assinatura</u>	EMPREENDIMENTO
1	Geraldo Schroeter Simião	POUSADA SÍTIO DA ALEGRIA
2	Ivete D'Agostin	RESTAURANTE GRANDE FAMÍGLIA
3	Nilson A. Souza Rosa	RSR CHINCHILAS
4	Denise Amaral de Mello	RESTAURANTE BOSQUE ITALIANO
5	Marcelo Socher	ART PLANT
6	Dirceu Rausis Camargo	VINICOLA FRANCO ITALIANO
7	Antonio Rogerio Gabardo	RESTAURANTE PIATTO NOBILE
8	Pedro Hamilton Strapasson	VINICOLA PEDRINHO STRAPASSON
9	Nelson Goulart	VINICOLA PASSARGADA E RESTAURANTE
10	Antonio Carlos Sperandio	ESTANCIA ROSEIRA
11	Roberto Carlos de Barros	HOTEL ESTANCIA BETÂNIA
12	Gabriel Mikoski	E DA PAN MORANGOS ORGANICOS
13	Adir Gasparin	PESQUE E PAGUE RESTAURANTE GASPARIN E FILHOS
14	Pedrinho Ciro Gasparin	MOINHO ARTESANAL
15	Carlos Henrique M. Bastos	CHACARA DONA ROSA
16	Fátima Bianchini	SITIO MAE TERRA
17	Neuri Maschio	MORANGO NATURAL
18	Ivo Gueno	CHACARA GUENO